

”Mikä säästää ympäristöä, säästää kustannuksia”

Kestävän matkailun määritelmät, kriteerit ja käytännöt

Maarit Wallenius

Pro gradu –tutkielma

Tampereen yliopisto

Johtamiskorkeakoulu

Ympäristöpolitiikka ja aluetiede

Heinäkuu 2013

Tampereen yliopisto
Johtamiskorkeakoulu

WALLENIUS, MAARIT: ”Mikä säästää ympäristöä, säästää kustannuksia”. Kestävän matkailun määritelmät, kriteerit ja käytännöt.

Pro gradu-tutkielma, ympäristöpolitiikan ja aluetieteen koulutusohjelma
87 sivua, 7 liitesivua

Heinäkuu 2013

Tutkimus käsittelee kestävän kehityksen periaatteet matkailun piiriin tuovaa kestävää matkailua syventyen sen määrittelyyn ja siihen liitettäviin kriteereihin. Matkailua tutkitaan kestävän kehityksen kehyksessä sekä matkailijoiden että matkailualalla toimivien ihmisten näkökulmasta. Tutkimus pohjautuu kestävyyden neljään eri ulottuvuuteen: ekologiseen, taloudelliseen, sosiaaliseen ja kulttuuriseen kestävyyteen matkailun alalla. Tutkimuksella selvitetään, millä kriteereillä matkailijat ja matkailualalla toimivat henkilöt arvioivat kestävyyttä matkailun alalla, ja mitä kriteerejä kestävään matkailuun liitetään.

Tutkimuksen aineisto koostuu kahdesta eri osasta, kyselyaineistosta ja haastatteluaineistosta. Kyselyaineistolla tutkitaan kansalaisten ajatuksia kestävästä matkailusta sekä heille matkaillessa tärkeitä tekijöitä. Haastatteluaineistolla selvitetään matkailualalla toimivien ihmisten näkemyksiä kestävästä matkailusta sekä kestävän matkailun osuutta heidän edustamiensa yritysten toiminnassa. Kyselyaineiston avoimella kysymyksellä saatu aineisto siitä, miten kansalaiset määrittelevät kestävän matkailun, sekä haastatteluaineiston sisältö analysoitiin teemoittelun avulla. Kyselyaineistosta analysoitiin lisäksi vastaajien valitsemia, heille matkaillessa tärkeitä tekijöitä.

Tutkimuksen aineistossa kestävä matkailua määritellään kaikkien sen eri ulottuvuuksien kautta, mutta useimmiten käsite yhdistetään ekologisesti kestävä matkailuun. Vaikka matkailualan toimijat pitävät kestävyyden ekologista puolta lähes itsestään selvänä, nousee haastatteluissa esille sosiaalinen kestävyys oman henkilökunnan ja kohdealueen paikallisen väestön kautta. Matkailualan toimijat ja matkailijat tunnistavat eri toimijoiden roolit kestävän matkailun prosessissa. Matkailualan toimijoiden roolina korostuu vaihtoehtojen tarjoaminen matkailijoille, tiedon levitys sekä keskinäinen yhteistyö kestävän matkailun edistämiseksi. Kestävän matkailun prosessi perustuu omille valinnoille ja teoille, mikä onkin matkailijoiden osalta tärkein kanavana vaikuttaa. Kestävä matkailukehitys on edellytys matkailun jatkumiselle, minkä vuoksi vastuu sen edistämisestä on niin matkailualan toimijoilla ja matkailijoilla kuin valtioilla ja paikallisilla tahoilla lähtien siitä, että sanat kestävän matkailun edistämisestä muutetaan teoiksi.

Asiasanat: matkailu, kestävä kehitys, kestävä matkailu

Sisältö

1. Johdanto	1
1.1. Tutkimuksen tausta	1
1.2. Tutkimusongelma	3
1.3. Tutkimuksen kulku	4
2. Käsitteistö	6
2.1. Matkailu.....	6
2.2. Kestävä kehitys	8
2.3. Kestävä matkailu	11
2.4. Kestävyyden eri ulottuvuudet matkailussa	15
3. Aineisto ja menetelmät	21
3.1. Kyselyillä penni kansalaisten ajatuksista.....	21
3.1.1. Ensimmäinen kysely	23
3.1.2. Toinen kysely.....	24
3.1.3. Taustatiedot vastaajista	24
3.2. Haastatteluilla katsaus matkailualan toimijoiden näkökulmaan	28
3.2.1. Pienet ja suuremmat haastateltavat	29
3.2.2. Taustatiedoista tulevaisuuteen.....	31
3.3. Aineiston värikästä teemoittelua	32
3.3.1. Teemoja ja prosenttiosuuksia	32
3.3.2. Litteroinneista teemoihin	33
4. Sukellus kestävän matkailun maailmaan.....	35
4.1. Määritelmiä ja tärkeitä tekijöitä kyselyistä	35
4.1.1. Omia valintoja ja ympäröivän arvostamista	35
4.1.2. Helppous ja hinta muita matkailun tekijöitä johtamassa	45

4.1.3.	Ympäristöystävällisyys matkailua määrittämässä	50
4.2.	Tehdään, mitä voidaan kestävän matkailun hyväksi	51
4.2.1.	Ekologisen ja sosiaalisen kautta kestävyden tasapainoon.....	51
4.2.2.	Omia reittejä kestävään matkailuun.....	55
4.2.3.	Esteitä kestävän matkailun tiellä	57
4.2.4.	Säästöt ja imago motiiveina.....	60
4.2.5.	Hiljaisesta kiinnostuksesta huomioimiseen	62
4.2.6.	Yhteistyöllä kestävän matkailun edistämiseksi.....	64
4.2.7.	Esille ilman viherpesua.....	66
4.2.8.	Kestävyys tulevaisuuden matkailussa	67
5.	Kokonaisuuksilla kestävään matkailuun	68
5.1.	Eri ulottuvuuksilla kestävään kokonaisuuteen.....	68
5.2.	Eri toimijat, yhteinen päämäärä.....	71
5.2.1.	Tarjontaa, tietoa ja yhteistyötä.....	71
5.2.2.	Valintoja, vaatimuksia ja tekoja	75
5.2.3.	Kestävä matkailu – tulevaisuuden matkailu	78
6.	Yhteenvedo – Neljä ulottuvuutta, useita toimijoita.....	81
7.	Lopuksi	83
	LÄHTEET	85
	LIITTEET	88

1. Johdanto

”Mitä sinulle tulee mieleen sanaparista *kestävä matkailu*?” ”Ei yhtään mitään.” Siinäpä lähtökohta tutkimukselle. Kestävä kehitys on maailmanlaajuisesti tunnettu käsite, mistä voidaan puhua yhteiskunnan eri sektoreiden yhteydessä, ja minkä periaatteita sovelletaan alalle kuin alalle. Kestävän kehityksen periaatteiden soveltaminen matkailualalle on johtanut *kestävä matkailu* -käsitteen muodostumiseen. Kuten kestävä kehitys, niin myös kestävä matkailu on käsitteenä monitahoinen ja se voidaan määritellä eri ulottuvuuksien kautta. Tässä pro gradu -tutkielmassa perehdyn tarkemmin kestävä matkailun määrittelemiseen niin matkailijoiden itsensä kuin matkailualan toimijoiden näkökulmasta. Tutkimukseni on osa Teknologian tutkimuskeskus VTT:n SHAPE-tutkimushanketta, joka kuuluu Teknologian ja innovaatioiden kehittämiskeskuksen (TEKES) Green Growth –ohjelmaan ja keskittyy kestävien markkinoiden rakentamiseen.

1.1. Tutkimuksen tausta

Kestävä kehitys ja *kestävyys* ovat muodostuneet tunnetuiksi termeiksi ympäristöasioiden noustessa ihmisten tietoisuuteen ja yhteiskunnalliseen keskusteluun. Ympäristöasioiden nousu alkoi 1960–1970 –lukujen taitteessa niin kutsutun ympäristöherätyksen myötä, kun ympäristöön alettiin kiinnittää entistä enemmän huomiota, ympäristöasiat nousivat yleiseen keskusteluun ja niihin liittyvät ongelmat politisoituivat (Haila 2001). *Kestävyys*-termin käyttö taas sai alkunsa, kun YK:n asettama Ympäristön ja kehityksen maailmankomissio, toiselta nimeltään Brundtlandin komissio määritteli ratkaisuksi taloudelliseen kasvuun ja ympäristöön liittyviin ongelmiin *kestävän kehityksen politiikan*. Poliitiikan tarkoituksena oli tyydyttää nykyhetken tarpeet viemättä tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa. (Hoffrén 1997, 120.)

Teollistuminen ja uudet teknologiset laitteet mahdollistivat *matkailun*. Matkailu onkin noussut merkittävään rooliin yhteiskunnassa nimenomaan teollistumisen myötä, ja nykyään se on tavanomainen osa elämää suurimmalle osalle kansalaisia länsimaisissa yhteiskunnissa sekä yhä enenevässä määrin myös kehittyvissä maissa. (Holden 2000, 10; Mustonen 2006, 9, 46.) Matkailu on yksi maailman suurimmista teollisuuden aloista (Hall 2000, 1) ja sen kasvu on jatkunut viime vuosikymmeninä tasaisesti (UNEP & WTO 2005, 2; UNWTO 2012). Maailman matkailujärjestön (World Tourism Organization, UNWTO) mukaan kansainvälisten matkailijoiden määrä on 2000-

luvulla noussut tasaisesti, ylittäen vuonna 2012 miljardin matkailijan määrän ensimmäisen kerran historiassa, ja kasvun ennustetaan jatkuvan koko vuosikymmenen (UNWTO 2013; UNEP & WTO 2005). Suomalaiset ovat innokkaita matkailijoita, niin kotimaahan kuin ulkomaille. Matkailu on monelle tärkeä osa vuosittaista rytmiä, esimerkiksi jokatalvisen ulkomaanmatkan tai jokakesäisen laivareissun muodossa. Kansainvälinen matkailu on vain yksi osa matkailua, sillä monissa maissa kotimaan matkailu ylittää kansainvälisen matkailun määrällisesti ja tuottamiensa tulojen muodossa. Myös kotimaan matkailun ennustetaan kasvavan voimakkaasti. (UNEP & WTO 2005, 8.) Suomalaiset matkustavat myös kotimaassa hyödyntäen Suomen erilaisia matkailukohteita Lapin talvikohteista ja luontokohteista kesäiseen Etelä-Suomeen ja kaupunkikohteisiin. Matkailu on tärkeitä suomalaisille ja Suomi on pikkuhiljaa nostamassa suosiotaan myös ulkomaisten matkailijoiden matkakohteena, mutta matkailun vaikutukset niin ympäristöön kuin yhteiskuntaan ovat Suomessa vielä toistaiseksi jääneet hieman taka-alalle.

Matkailu on kiinteästi yhteydessä muihin yhteiskunnan ulottuvuuksiin. Näin ollen muutokset yhteiskunnassa heijastuvat myös matkailuun (Mustonen 2006, 9) ja toisinpäin. Matkailun lonkerot ulottuvat yhteiskunnan kaikkiin osiin ja näin ollen myös se, miten matkailua viedään eteenpäin, vaikuttaa yhteiskuntaan monella eri tavalla. Matkailun vaikutus maailman talouteen ja työllisyyteen on huomattava (UNEP & WTO 2005, 8). Koska matkailu on aina liikuttanut ihmisiä paikasta toiseen ja mantereilta toisille, on selvää, että globalisaation käsite on vahvasti juurtunut matkailuun (Mustonen 2006, 46). Korkeat luvut matkustavien ihmisten määrässä, matkailun työllistävyydessä sekä valtioiden matkailutuloissa kertovat matkailun globaalista merkittävyydestä (Hall 2000, 1). Kehityksen suunta matkailualalla vaikuttaa myös muuhun yhteiskunnalliseen kehitykseen. Matkailu vaikuttaa niin paikallisesti kuin globaalisti. Matkailu onkin merkittävää myös, koska sillä on vaikutus ihmisten elämään ja heidän asuinpaikkoihinsa (Hall 2000, 1). Matkat suuntautuvat kohteisiin, joissa useimmiten asuu paikallista väestöä. Näin ollen matkailun vaikutus paikallisiin ihmisiin ja heidän asuinpaikkoihinsa on väistämätöntä, mutta ei välttämättä negatiivista. Matkailuala pystyy vaikuttamaan siihen, ovatko vaikutukset paikalliseen negatiivisia vai positiivisia.

Tässä pro gradu –tutkielmassani yhdistyvät edellä esitellyt kaksi asiaa, kestävä kehitys ja matkailu, muodostaen alussa mainitun sanaparin *kestävä matkailu*. Kestäväksi matkailuksi voidaan lukea kaikenlainen, kestävä kehityksen periaatteiden mukainen matkailu (mm. Liu 2003). Kaikki lähtee

toiminnan perustana olevista arvoista, jotka ohjaavat toimintaa matkailun alalla kestävämpään suuntaan. Kestävä matkailu tarkoittaa kestävämpien käytäntöjen istuttamista matkailun alalle. Kestävyys etenee prosessimaisesti, kun matkailun käytännöt pikkuhiljaa muuttuvat kestävämpään suuntaan. Kestävä matkailu ei ole erillinen matkailun muoto vaan pikemminkin suunta, johon kaikkien matkailun muotojen tulisi pyrkiä (UNEP & WTO 2005, 2). Kestävällä matkailukehityksellä negatiiviset vaikutukset niin ympäristöön kuin paikalliseen väestöön saataisiin minimoitua ja positiivisia vaikutuksia synnytettyä. Tutkimuksessani erotan kestävästä matkailusta sen neljä eri näkökulmaa: ekologisen, taloudellisen, sosiaalisen ja kulttuurisen kestävyys. Kestävän matkailun periaatteet ovat kansainvälisen esimerkin mukaisesti alkaneet saada jalansijaa myös suomalaisessa matkailukentässä, mutta kansalaisille eli matkailijoille niiden näkyvyys on vielä ollut pientä.

1.2. Tutkimusongelma

Matkailu on monitieteinen tutkimusala, jonka ulkopuolelle on vaikea rajata tieteenaloja. Merkittävimpiä tieteenaloja matkailun tutkimuksen piirissä ovat maantiede, taloustieteet ja sosiologia. (Hemmi & Vuoristo 1993, 12.) Matkailun monimuotoisuus tarjoaa eri tieteenaloille erilaisia näkökulmia tutkia matkailua. Tässä tutkimuksessa tutkin matkailua yhteiskunnallisena ilmiönä kestävä kehityksen kehyksessä sekä matkailijoiden että matkailualan toimijoiden näkökulmasta. Kestävän kehityksen ideaa voidaan soveltaa toimialakohtaisesti kunkin alan erityispiirteiden mukaisesti. Kestävä matkailu terminä siirtää yleisen kestävä kehityksen idean sanallisesti matkailun piiriin. Mitä tämä termi sitten käytännössä tarkoittaa, onkin monimutkaisempi asia. Tässä tutkimuksessa syvennyn kuvailemaan tämän helpolta vaikuttavan termin määrittelyä sekä arvioimaan kestävä matkailun käsitteen alle kätkeytyviä kriteerejä.

Kuvailen kestävä matkailua kahden eri tahon näkökulmasta: kansalaisten eli potentiaalisten matkailijoiden sekä matkailualalla työskentelevien ihmisten näkökulmasta. Tutkimuksessa selvitän, millaisin kriteerein eri toimijat matkailun alalla, niin palveluntarjoajat kuin kuluttajat, kestävyyttä arvioivat ja mitä toimintoja matkailun kestävyteen liitetään. Lisäksi tutkin, millaisia matkailun muotoja pidetään kestävinä ja mitkä keinot nähdään johtavan kestävä matkailun toteutumiseen. Kestävään matkailuun liittyviä normeja arvioin molempien tahojen näkökulmasta. Kestävän matkailun määrittelyn monirakenteisuudesta johtuen tutkimuksessa kiinnostukseni kohdistuu myös siihen, miten matkailualan eri toimijoiden käsitykset kestävä matkailun kriteereistä

poikkeavat toisistaan. Määrittelyn monimutkaisuudesta nousevia ristiriitoja voidaan hyödyntää matkailupalvelujen kehittämisessä ja markkinoinnissa. Eroavaisuudet ja yhtäläisyydet kestävän matkailun kriteerien määrittelyssä tarjoavat arvokkaita suuntaviivoja yhteiskehittämisen pohjalle. On myös mielenkiintoista selvittää, mitkä kriteerit kuluttajille ovat tärkeitä matkustettaessa, ja nouseeko näiden tekijöiden joukkoon kestävään matkailuun viittaavia kriteerejä. Tutkimus on eksploraatiivinen tarkastelu siitä, miten nykymatkailijat ja matkailupalveluiden tuottajat ymmärtävät kestävän kehityksen, ja onko ryhmien välillä eroja, joiden huomioiminen voisi auttaa kestävän matkailun tuotteiden ja käytäntöjen kehittämisessä.

Tutkimuksen tutkimuskysymyksiä ovat seuraavat:

- Millaisin kriteerein matkailualan toimijat arvioivat matkailun kestävyyttä? Mitä kriteerejä matkailijat liittävät kestävään matkailuun?
- Mitä matkailun muotoja matkailualan toimijat ja matkailijat pitävät kestävän matkailun mukaisina? Mitkä muodot he kokevat kestävämmiksi kuin muut?
- Miten eri toimijoiden näkemykset kestävän matkailun kriteereistä poikkeavat toisistaan tai miltä osin ne ovat yhtäläiset?
- Mitkä käytännöt matkailualan toimijat kokevat kestävästä matkailusta edistävinä tai hidastavina? Millä keinoilla he kokevat, että kestävyyttä matkailun alalla voitaisiin edistää?

1.3. Tutkimuksen kulku

Luvussa kaksi käsittelem tutkimukseni kannalta keskeistä käsitteistöä. Avaan matkailun ja kestävän kehityksen käsitteitä sekä kestävästä kehityksestä matkailun näkökulmasta tarkastelevaa kestävän matkailun käsitettä. Kestävästä matkailusta esittelen tarkemmin perehtymällä kestävyden ekologiseen, taloudelliseen, sosiaaliseen ja kulttuuriseen kestävyysmatkailun alalla. Kolmannessa luvussa esittelen tutkimukseni aineiston sekä aineiston analyysissä käyttämäni menetelmät. Luvun ensimmäisessä osassa esittelen kyselyillä kerätyn aineiston kertomalla kyselyiden toteutuksesta ja esittelemällä vastaajat taustatietojen valossa. Toisessa osassa esittelen haastatteluilla kerätyn aineiston aloittaen haastateltavista ja edeten haastattelujen rakenteeseen. Aineiston esittelyn jälkeen avaan kyselyiden ja haastattelujen läpikäymisessä käyttämiäni

analyysimenetelmiä keskittyen teemoitteluun, jonka avulla analysoin sekä kyselyiden avoimet vastaukset että litteroidut haastattelut.

Luvussa neljä esittelen aineiston analyysin. Käsittelen aineistot erikseen keskittyen ensin kyselyillä kerättyyn aineistoon, jonka avulla selvitän, miten matkailijat määrittelevät kestävän matkailun, mitkä ovat heille tärkeitä tekijöitä matkustettaessa, ja mikä on ympäristötekijöiden rooli heidän matkasuunnitelmissaan. Haastatteluaineistolla selvitän matkailualan toimijoiden näkemyksiä kestävän matkailun roolista ylipäätään matkailualalla, heidän edustamassaan yrityksessä sekä tulevaisuuden matkailussa. Viidennessä luvussa kokoan taustakirjallisuuden valossa aineistoista esille tulleet huomiot päätelmiksi siitä, miten kestävää matkailua määritellään, ja minkä ulottuvuuksien kautta kestävän matkailun tiellä parhaiten päästäisiin etenemään. Luvussa kuusi teen yhteenvedon tutkimuksen tuloksista ja Lopuksi-luvussa kokoan ajatuksiani tutkimukseen sekä kestävään matkailuun ja sen mahdollisuuksiin liittyen.

2. Käsitteistö

Kestävä matkailu käsitteenä koostuu kahdesta eri elementistä, kestävydestä ja matkailusta. Kestävyys juontaa juurensa kestävään kehitykseen ja siihen pohjautuviin periaatteisiin. Matkailu taas on yksi maailman suurimmista elinkeinoista. Kestävä kehitys on suhteellisen uusi käsite, kun matkailua sen sijaan on harrastettu läpi ihmiskunnan historian. Tässä luvussa avaan tutkimukseni keskeisimpiä käsitteitä aloittaen matkailusta ja kestävästä kehityksestä ja päätyen ne yhdistävään kestävään matkailuun.

2.1. Matkailu

Matkailu on matkustamista ja viipymistä vakinaisen elinympäristön ulkopuolella vapaa-ajan, työn tai muiden syiden vuoksi (Hemmi ym. 1987, 7). Matkailun käsitettä voidaan edelleen jakaa alakäsitteisiin useassa tasossa muun muassa matkailutyypin, matkustusmotiivin, matkan keston, majoitus- ja matkustusmuodon sekä osanottajamäärän mukaan. Yleisin jako tehdään erottamalla toisistaan vapaa-ajan matkailu ja työmatkailu (Hemmi & Vuoristo 1993, 10) sekä toisaalta kohdemaan mukaisesti kotimaan ja –ulkomaanmatkailu (Hemmi ym. 1987, 11). Esimerkiksi työmatkailu voidaan edelleen jakaa erilaisiin tyyppeihin, kuten liike-, kokous- ja kongressimatkoihin (Hemmi & Vuoristo 1993, 10). Matkustusmotiiveihin perustuvia matkoja ovat esimerkiksi loma-, työ-, harrastus- ja hyvinvointimatkat. Keston puolesta matkoja voidaan jakaa päivä-, viikonloppu-, kahden viikon tai useamman kuukauden matkoihin. Majoitusmuodoltaan erilaisia matkoja ovat esimerkiksi hotelli-, leirintä- ja maatilamatkat sekä matkustusmuodon puolesta matkailua voidaan jakaa muun muassa lento-, juna-, laiva- ja automatkailuun. Osanottajamäärän mukaisesti voidaan erotella yksilö-, ryhmä- ja perhematkailu. (Hemmi ym. 1987, 11.) Jaottelut eivät sulje toisiaan pois, vaan esimerkiksi kotimaan matka voi samalla olla ryhmämatka ja junamatka.

Matkailun määrittelemisessä on mahdollista ajautua käsitteiden viidakkoon eri alakäsitteiden myötä. Matkailua onkin vaikea määritellä yksiselitteisesti ja tyhjentävästi. Tiivistetysti voidaan todeta, että matkailu on ihmisten liikkumisesta ja vieraalla paikkakunnalla viipymisestä syntyvien ilmiöiden kokonaisuus. (Hemmi ym. 1987, 8-9.) Matkailu käsitteenä siis sisältää monia eri tasoja ja koostuu monista eri tekijöistä, mikä tekee matkailun tarkemmasta määrittelemisestä haastavaa. Kaikkien eri tasojen huomioiminen matkailun tutkimuksessa johtaa helposti loputtomaan

pallotteluun siitä, miten asiat matkailun eri näkökulmista näyttäytyvät. Tässä tutkimuksessa kiinnostukseni kohteena on kestävä matkailu, jonka kehityksessä käsittelen matkailua kokonaisuutena sen tarkemmin erittelemättä sen eri alalajeja.

Matkailu on yhteiskunnallisesti moniulotteinen ilmiö ja sen monimuotoisuutta lisää sen maantieteellisyys, sillä matkailu on aina sidoksissa paikkoihin, reitteihin ja alueisiin. Matkailu onkin lähtö- ja kohdealueiden välistä vuorovaikutusta, jossa välittäjänä toimii matkailijoiden ja heitä palvelevien yritysten välinen vuorovaikutus. (Hemmi & Vuoristo 1993, 10.) Matkailu tarkoittaa siirtymistä oman elinympäristönsä ulkopuolelle, joten se käsittää lähtöalueen, miltä matkaan lähdetään, reitin, mitä pitkin matkustetaan sekä paikan, johon matkustetaan, kohdealueen. Toki matkailu ei ole näin suoraviivaista vaan usein matkustetaan jonkin paikan kautta, matkalla saatetaan tehdä välipysähdyksiä tai koko matka saattaa olla kiertomatka, jolloin matkakohteita on useita. Matkailu näyttäytyy hyvin erilaisena riippuen siitä, tarkastellaanko sitä matkailun lähtö- vai kohdealueen mukaan. Matkailu perustuu yhteisöihin ja ympäristöihin, joista matkailijat ovat lähtöisin. Matkailukohteiden kehitys taas edellyttää resurssien käyttöä ja näin ollen vaikuttaa kyseisten kohteiden talouteen, kulttuuriin ja ekologiaan. (Holden 2000, 5.)

Matkailu käsitteenä sisältää paljon muutakin kuin pelkän ajatuksen lomailusta. Matkailu voi samanaikaisesti olla sekä huvia että työtä sen mukaan, katsotaanko sitä turismin vai elinkeinon ja työmatkailun näkökulmasta (Hemmi & Vuoristo 1993, 10). Nämä kaksi näkökulmaa antavat matkailulle täysin erilaisen merkityksen. Toisaalta matkailu voi tarkoittaa pitkään odotettua lomamatkaa, joka tarjoaa mahdollisuuden rentoutua ja irtautua arjesta. Tällöin puhutaan matkailijasta, joka tarkoittaa vapaa-aikanaan tai ammatillisista syistä tilapäisesti kotipaikkakuntansa ulkopuolelle matkustavaa henkilöä (Hemmi & Vuoristo 1993, 126). Toisaalta taas matkailu voi yhtä hyvin olla jokapäiväistä arkea matkailualalla toimivalle yrittäjälle. Matkailuelinkeino käsittää matkailijoiden tarvitsemien palvelujen, kuten majoitus- ja ravitsemispalveluiden, tuottamisen, markkinoinnin ja välityksen (Hemmi ym. 1987, 8). Toiset maksavat matkailusta, toisille se taas on toimentulon takaava elinkeino. On selvää, että näin erilaisista näkökulmista matkailu ja siihen liittyvät ilmiöt näyttäytyvät hyvin erilaisina ja suhtautuminen niihin vaihtelee näkökulman mukaan.

Matkailuun liitetään usein kuluttamisen käsite. Kulutus on kasvanut merkittävästi viimeisen 50 vuoden aikana. Vaikka kulutuksen kasvu osaltaan selittyy väestönkasvulla, on kulutus henkeä

kohden laskettuna silti kolminkertaistunut, johtaen siihen, että Ihmiskunta käyttää luonnonvaroja yli maapallon kapasiteetin. (Assadourian 2010, 4.) Koko matkailun ilmiö perustuu kulutukselle ja matkailu itsessään on kulutuksen muoto, joka vaatii varoja (Mustonen 2006, 45–46). Varallisuudella on suora yhteys kulutuksen määrään. Vaikka suuret tulot eivät automaattisesti johdakaan suurempaan kulutukseen, todennäköisyys kulutukseen kasvaa tulojen kasvaessa. (Assadourian 2010, 6.) Vaikka varallisuus mahdollistaa ihmisille kuluttamisen, tarvitaan sen toteutumiseksi halu kuluttaa ja päätös siitä, mitä ja miten kulutetaan. Vapaa-ajan matkailu ennen kaikkea on vapaaehtoista ja ihmiset sen valitsevat (Mustonen 2006, 46). Kestävän matkailun ajatus ei kannusta ihmisiä olemaan matkustamatta vaan tekemään sen järkevämmiin. Nykyaikaiset kulutustottumukset eivät edes vaatimattomalla tasolla ole kestävällä pohjalla. Kulutustottumuksia on muutettava ennen kaikkea maailman vauraimmissa ja samalla kulutuskeskeisimmissä maissa, sillä maapallo ei kestä ihmisten tämän hetkisiä kulutusmääriä. (Assadourian 2010, 6.) Nykyajan maailmassa kaikkien oletetaan matkustavan (Mustonen 2006, 54), joten matkailuun liittyvä kuluttaminen on merkittävässä roolissa laskettaessa ihmiskunnan kulutusmääriä kokonaisuudessaan. Näin ollen matkailijat voivat omalta osaltaan edesauttaa kestävän matkailun edistämistä omilla elämäntapa- ja kulutusvalinnoillaan matkan aikana.

2.2. Kestävä kehitys

Sanan ”kestävä” synonyymeja ovat luja, pitkäikäinen, jatkuva, pysyvä, kauaskantoinen ja hellittämätön (Synonymisanakirja). Kehitys puolestaan viittaa asioiden muuttumiseen ajan myötä, yleensä parempaan suuntaan (Sivistyssanakirja). Jatkuvuus ja pitkäikäisyys sekä ajan myötä tapahtuva muutos viittaavat prosessiluonteiseen, kestäväan kehitykseen, joka pyrkii kauaskantoisella otteella muuttamaan asioita ajan kuluessa. Niin sanottu Brundtlandin komissio teki raportissaan *Our Common Future* (1987) tunnetuksi vakiintuneen termin *kestävä kehitys*. Raportin mukaan kestävä kehitys on kehitystä, joka kohtaa nykyiset tarpeet vaarantamatta tulevien sukupolvien mahdollisuutta kohdata omiaan. Kestävä kehitys edellyttää, että kaikkien perustarpeet tulevat tyydytetyksi ja että kaikilla on mahdollisuus tyydyttää halunsa parempaan elämään. (World Commission on Environment and Development 1987, 43–44.) Usein kehityksessä suunnataan katse tulevaisuuteen, mahdollisesti kauaskin, mutta tulevaa suunniteltaessa on olennaista myös ottaa huomioon vallitseva tilanne. Vaikka kestävä kehitys käsitteenä viittaa vahvasti tulevaan, huomioi se periaatteissaan myös nykyiset sukupolvet. Jotta kestävän kehityksen

ajatus toteutuu, on olennaista lähteä kehittämään nykyistä matkailun alaa kohti tulevaa sen sijaan, että keskitytään suoraan ajattelemaan tilaa tulevaisuudessa huomioimatta lähtökohtia ja kehityspolkua.

Kestävyyden määrittely on ristiriitaista ja ongelmallista, sillä kestävyttä voidaan tarkastella yksittäisen tilan, seudun, valtion tai koko maapallon mittakaavassa ja aikamittakaava voi vaihdella vuosista vuosisatoihin (Haila & Levins 1992, 220). Kestävässä kehityksessä yhdistyvät näkökulmat, jotka liittyvät talouden intresseihin, ihmisarvoon ja ekosysteemien elinvoimaisuuteen. Kestävän kehityksen mukaisessa yhteiskunnassa kestävä kehitys periaatteet koskevat kaikkea ihmisen toimintaa ja huomio kiinnittyy yhtäaikaista talouteen, ympäristöön sekä ihmisiin ja ihmisyhteisöihin. Kestävyyssajattelu saattaa rajoittua vain yhteen näkökulmaan, jolloin käsitteen keskeinen sisältö menettää merkityksensä ja yhden asian huomioiminen kerrallaan voi johtaa virhearviointeihin. (Salonen 2010, 32–33.) Kestävän kehityksen periaatteiden mukainen toiminta kuitenkin edellyttää kaikkien osa-alueiden yhdenvertaista huomioimista. Kestävyyssajattelussa on tärkeitä ottaa huomioon kaikki kestävyden eri osa-alueet, jotta toiminnan kestävyys kokonaisuudessaan toteutuu. Yleisin kestävyden jako on jakaa se kolmeen ulottuvuuteen: *ympäristölliseen tai ekologiseen, taloudelliseen ja sosiaaliseen kestävyteen* (Bebbington 2007, 15). Suomalaisessa kestävässajattelussa *kulttuurinen kestävyys* erotetaan usein vielä omaksi ulottuvuudekseen tai liitetään sosiaaliseen kestävyteen, jolloin niihin viitataan yhdessä käsitteellä *sosiokulttuurinen kestävyys* (Salonen 2010, 33; Kiiskinen 2001, 44). Matkailu on toimialana vahvasti sidoksissa kulttuuriin ja siitä syystä kestävyttä on tärkeää tarkastella myös kulttuurisesta näkökulmasta omana ulottuvuutenaan.

Kestävyyden periaatteiden huomioiminen ei viittaa siihen, että sen hetkinen yhteiskunta olisi täysin kestävämmällä pohjalla vaan kestävä kehitys viittaa prosessiin, jolla yhteiskuntaa pyritään viemään jatkuvasti yhä kestävämpään suuntaan. Kestävä kehitys ei siis ole vakiintunut tasapainon tila vaan muutosprosessi, jossa resurssien hyväksikäyttö, sijoitusten ohjaus, teknologisen kehityksen suuntaus ja institutionaalinen muutos tehdään yhtenäiseksi sekä tulevien että nykyisten tarpeiden kanssa (World Commission on Environment and Development 1987, 9). Kestävä matkailu ei myöskään viittaa staattiseen tilaan, joka olisi nyt tai kymmenen vuoden päästä olemassa, vaan prosessiin, jossa muutetaan matkailukäytäntöjä ja näin ollen koko matkailun konseptia kestävämpään suuntaan. Kestävä kehitys on suhteellista, sillä ei ole olemassa

absoluuttista kestävästä kehitystä vaan kestävyys tarkoittaa pyrkimystä johonkin aiempaa kestävämpään (Borg ym. 2002, 33). Kestävä kehitys on prosessi, joka ei pysähdy, kun jotain saavutetaan. Kestävän kehityksen prosessiluonne viittaa myös siihen, ettei kestävä kehitys ole hetken muoti-ilmiö vaan se edellyttää pitkäjänteistä työtä muutosprosessin edistämiseksi.

Ajatus oikeudenmukaisuudesta kuultaa vahvasti läpi kestävä kehityksen käsitteestä, minkä mukaan kaikilla ihmisillä tulisi olla samanlaiset mahdollisuudet elämässä. Kestävä kehitys perustuu pitkän aikavälin muutokseen, jolloin olosuhteet eri sukupolvilla eivät muutosprosessin eri vaiheissa välttämättä ole yhtäläiset. Näin ollen lyhyellä aikavälillä voi syntyä ristiriitoja erilaisten etujen ja tavoitteiden sekä nykyisten ja tulevien sukupolvien tarpeiden välillä (Kiiskinen 2001, 44). Välttämättömien tarpeiden tyydyttäminen ei tarkoita pelkästään taloudellista kasvua köyhyydestä kärsiville maille, vaan myös vakuutusta siitä, että köyhät saavat reilun osan resursseista, joilla kasvua pidetään yllä (World Commission on Environment and Development 1987, 8). Jotta mahdollisuus tyydyttää tarpeensa olisi kaikille sama, tulisi myös matkailusta saatavien tulojen jakautua oikeudenmukaisesti osallisten kesken. Kestävän kehityksen ongelmat eivät ratkea pelkästään tulonjakoa uudelleen järjestelemällä, vaan vaativat myös muutoksia elämäntyyliin. Globaali kestävä kehitys edellyttää, että vauraammat omaksuvat elämäntyylin maapallon ekologisten varojen puitteissa (World Commission on Environment and Development 1987, 9).

Usein yhteiskunnan ongelmat ovat globaaleja ja edellyttävät siten kollektiivista vastuunottamista ratkaisun löytämiseksi (Kiiskinen 2001, 44). Matkailu on ennen kaikkea globaali ilmiö ja sen vaikutukset ovat havaittavissa lähes kaikissa maailman kolkissa, mikä korostaa matkailualalla toimivien tahojen yhteistä vastuuta kehityksen kestävämmästä suunnasta. Kestävän kehityksen saavuttamiseksi yhteistyö matkailuelinkeinon, paikallisen yhteisön ja hallinnon välillä on välttämätöntä (Borg ym. 2002, 11). Yhteiskunnan toimijaryhmät eivät yksin pysty ratkaisemaan ongelmia kestävä kehityksen tiellä, vaan ratkaisujen löytäminen vaatii kaikkien eri sidosryhmien osallistumista. Ihmiskunta on kyvykäs luomaan kehityksestä kestävä (World Commission on Environment and Development 1987, 8). Näin ollen myös matkailun alalla eri tahojen yhteistyöllä kehitys olisi mahdollista saada kestävämmille raiteille.

Kestävä kehitys niin matkailun alalla, kuin muutenkin yhteiskunnassa, tarvitsee toteutuakseen joitain institutionaalisia muutoksia, jotka edellyttävät taustalleen poliittisia päätöksiä. Kestävän kehityksen tuleekin lopulta perustua poliittiseen tahtoon (World Commission on Environment and

Development 1987, 9). Vaikka päättäjillä ei välttämättä ole riittävästi tietoa ja ammattiosaamista matkailun alalta, vaikuttavat heidän päätöksensä merkittävästi myös matkailuelinkeinoon (Borg ym. 2002, 11). Poliittinen tahto kestävän kehityksen perustana on välttämätön, mutta yksin sekään ei riitä. Jokaisen valtion lisäksi, niin kansalaisten kuin kaikkien yhteiskunnan sektoreiden panokset kestävän kehityksen edistämiseksi ovat tärkeitä (Suomen kestävän kehityksen toimikunta 1995, 6). Vaikka kestävän kehityksen toteutuminen edellyttää poliittisia toimia, tuntuu sen konkreettinen eteenpäin vieminen välillä enemmänkin lepäävän toimijoiden ja kuluttajien harteilla. Matkailun kestävyudessa onkin ennen kaikkea kysymys menettelytavoista ja siitä, miten itse toimitaan kohteessa (Borg ym. 2002, 11). Matkailuun liittyvä käytännön toiminta ja niin palveluntarjoajien kuin matkailijoiden oma käyttäytyminen vaikuttavat merkittävästi matkailun kestävyteen. Kestävä kehitys on muotoutunut joidenkin ihmisten silmissä poliittiseksi käsitteeksi, josta puhutaan lähes kaikkien yhteiskunnan eri osa-alueiden yhteydessä, mutta jonka kiinnittymisestä konkreettisiin toimiin ei tiedetä. Ihmisille oman toiminnan vaikutus kestävään kehitykseen, kuten muihinkin globaaleihin ympäristökysymyksiin, saattaa olla epäselvää ja näin ollen omien toimien vaikutuksiin ei uskota. Kestävän kehityksen määritelmä on huomattavasti selvempi kuin sen ilmeneminen käytännössä.

2.3. Kestävä matkailu

Kestävän kehityksen soveltamista matkailun alalla pidetään usein monimutkaisena, sillä lähes kaikki matkustaminen voidaan nähdä vahingollisena (Mustonen 2006, 41). Ristiriidoista ja ongelmallisuudesta huolimatta kestävä kehitys voi toteutua myös matkailun alalla, mitä kuvaamaan on luotu *kestävän matkailun* käsite. Kestävä matkailu voidaan määritellä kaiken tyyppiseksi matkailuksi, perinteiset ja vaihtoehtoiset muodot mukaan lukien, mikä on yhdenmukaista kestävän kehityksen kanssa tai ottaa siihen osaa (Liu 2003, 461). Kestävä matkailu ei siis ole erillinen matkailun muoto vaan se voi käsittää minkälaista matkailua tahansa. Maailman matkailujärjestö UNWTO (2005) määrittelee kestävän matkailun matkailuksi, joka huomioi nykyiset ja tulevat taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristölliset vaikutukset keskittyen matkailijoiden, toimialan, ympäristön ja isäntäyhteisön tarpeisiin. Kuten kestävästä kehityksestä ylipäättään, on myös kestävästä matkailusta tullut suosittu ja monimerkityksellinen käsite (Gunn 2002, 80).

Ihmiskunnalla on paha tapa uskoa asioita ja toimia asioiden parantamiseksi vasta, kun vaikutukset ovat jollakin tavalla konkreettisesti havaittavissa. Kestävän matkailun käsitteen syntyyn ovat

vaikuttaneet havaitut matkailun ympäristövaikutukset, kuten maaperän eroosio, jätevedet ja maisemaa pilaava rakentaminen, sekä paikallisyhteisölle aiheutetut ongelmat (Borg ym. 2002, 90). Ongelmien havaitseminen ja niiden ratkaisemiseksi toimiminen eivät kuitenkaan tapahdu samanaikaisesti vaan tilanteen kokonaisuuden hahmottamiseen saattaa kulua pitkänkin aikaa. Vaikka ensimmäiset matkailun aiheuttamat vakavat ympäristöongelmat havaittiin jo 1960-luvulla, syntyi kestävän matkailun käsite vasta 1990-luvulla (Borg ym. 2002, 90). Kolme vuosikymmentä matkailun ensimmäisten ympäristövaikutusten havaitsemisen jälkeen kestävän kehityksen periaatteiden soveltaminen nosti tarkasteluun myös matkailun muut vaikutukset yhteiskunnalle.

Vuonna 1992 YK:n Rion ympäristökonferenssin päätösasiakirja Agenda 21 velvoitti kestävän kehityksen periaatteiden viemisen elinkeinoelämään ja myös matkailun parissa ryhdyttiin kehittämään kestävää matkailua (Borg ym. 2002, 87). Kestävä kehitys ei ilmene täsmälleen samalla tavalla ja samoissa muodoissaan eri elinkeinoelämän osa-alueilla. Kestävän kehityksen periaatteita tulee muokata toimialan mukaan, ja myös matkailun alalla kestävän kehityksen periaatteita on muokattu ja monipuolistettu vastaamaan elinkeinon tarpeita (Borg ym. 2002, 87). Agenda 21:en jälkeen erilaiset kansainväliset järjestöt ja säätiöt ovat kehittäneet ympäristöohjeita, ympäristömerkkejä sekä kestävän matkailun käyttäytymisohjeita ja suosituksia matkailun alalle (Borg ym. 2002, 89). Erilaiset ohjeet, suositukset ja merkit tarjoavat neuvoja ja auttavat yrityksiä pääsemään eteenpäin kestävän matkailun kehittämisessä. Näitä löytyy kestävän matkailun saraltakin jo useita (Borg ym. 2002, 89–90), mutta niiden suuri määrä ei välttämättä ole positiivinen asia. Ohjeiden, suositusten ja merkkien suuren määrän haittapuolena voi olla se, että ne ovat päällekkäisiä ja aiheuttavat hämmennystä paitsi yrityksissä itsessään, myös asiakkaisissa. Asiakkaiden on mahdotonta tietää esimerkiksi kaikkien ympäristömerkkien taustalla olevia kriteerejä ja näin ollen sitä, mihin yritys on merkin myötä sitoutunut, ja mitä merkki käytännössä kertoo yrityksestä.

Kestävän kehityksen periaatteita ja ulottuvuuksia on esitelty kirjallisuudessa aina niin sanotun Brundtlandin komission raportista (1987) alkaen. Väitöskirjassaan Salonen (2010) esittelee kestävän kehityksen periaatteita ja kestävyiden kolmea yleisintä ulottuvuutta: ekologista, sosiaalista ja taloudellista kestävyttä etsien reittejä kestävän kehityksen mukaiseen yhteiskuntaan. Kestävän matkailun ideaa ovat kirjallisuudessa eritelleet muun muassa Borg, Kivi ja Partti (2002) sekä Mowforth ja Munt (2003). Keskeisenä teemana teoksissa ovat matkailun

kehittäminen ja suunnitteluprosessit niin kotimaisessa kuin globaalissa matkailukentässä. Ensimmäinen teoksista käsittelee kestäväää matkailua lähinnä kotimaisesta näkökulmasta esitellen kestävyiden ulottuvuudet matkailun suunnitteluprosessiin vaikuttavina tekijöinä. Jälkimmäinen teos taas käsittelee globaalin kehityksen heijastuksia matkailuun sekä matkailun kestäviä muotoja ottaen kestävän matkailun ulottuvuuksiin mukaan neljännen eli kulttuurisen kestävyiden. Vanhemmassa matkailuelinkeinoa erittelevässä kirjallisuudessa kestävän matkailun aihe ei käsitteellisesti ole esillä. Hemmi ja Vuoristo (1993) sekä seuranaan lisäksi Lehtinen (1987) määrittelevät matkailijan ja matkailun käsitteitä sekä esittelevät matkailun historiallista kehitystä, matkailuun vaikuttavia tekijöitä ja matkailualaa elinkeinona. Teoksissa arvioidaan matkailun yhteiskunnallisia, esimerkiksi sosiaalisia, vaikutuksia sekä matkailun suhdetta luontoon ja kulttuuriympäristöihin, lähinnä matkailukehityksen ja matkailun tulevaisuuden määrällisten ja alueellisten ennusteiden kautta.

Matkailun kestävä kehitys on prosessiluonteinen toiminta, minkä tarkoituksena on vaikuttaa myönteisesti elinympäristön laatuun, luonnon- ja kulttuuriperinnön säilymiseen sekä paikallisyhteisöjen taloudelliseen ja sosiaaliseen elinvoimaan (Borg ym. 2002, 87). Matkailu ei muutu kestäväksi yhdessä yössä vaan kestävän matkailun käytännöt lisääntyvät pikkuhiljaa ja muuttavat näin kehitysprosessia kestävämpään suuntaan. Sen sijaan, että kestävän matkailun periaatteet loisivat toiminnalle ahtaan kehityksen ja tuottaisivat tiettyjä matkailutuotteita, ne ennemminkin osoittavat suuntaa suunnitteluprosessille ja sille, miten asiat voidaan parhaiten tehdä (Borg ym. 2002, 94). Kestävä matkailu tarjoaa parempia, kestävämpiä käytäntöjä kaikkeen matkailutoimintaan. Kestävä matkailu perustuu arvoille, eikä kestävyys matkailussa tarkoita yksittäisiä parannuksia tai pelkkää ympäristövastuullisuutta vaan koko matkailutoiminnan uudelleen ajattelemista ympäristön laadun, ekologisten prosessien, paikallisyhteisön ja matkailijan hyväksi (Borg ym. 2002, 95). Kestävyys on laaja käsite, eikä matkailusta saada kestäväää ainoastaan muuttamalla vanhoja käytäntöjä ympäristöystävällisemmiksi. Kestävä matkailu luo matkailutoiminnalle arvopohjan, minkä mukaisesti toimitaan, ja näin ollen kestävyiden periaatteet heijastuvat kaikkeen toimintaan. Uudenlaisen asennoitumisen, luovuuden ja tiedon kautta matkailun suunnitteluun saadaan sisäänrakennettua kestävän kehityksen periaatteet (Borg ym. 2002, 95). Kun ne ovat matkailun suunnittelutyön perustana, siirtyvät ne käytäntöihin automaattisesti ja luonnollisesti.

Kestävyys kuvaa koko matkailutoiminnan muutosta perinteisestä voitontavoitteluun keskittyvästä liiketoiminnasta kohti ennakoivaa, hyväksyttävän käytön ja kehityksen rajoissa tapahtuvaa toimintaa (Borg ym. 2002, 95–96). Kestävän matkailun periaatteiden omaksuminen yritysten toiminnan pohjaksi on tuonut päämääriin voiton tavoittelun rinnalle myös muita tavoitteita ja toimintaperiaatteita. Olennaista on kestävän matkailun periaatteiden soveltaminen kaikkeen matkailuun ja niiden pohjalle rakennettujen matkailupalveluiden tukeminen (Borg ym. 2002, 86). Tukemalla kestävän matkailun periaatteille pohjautuvaa matkailua helpotetaan ja edistetään sen leviämistä yhä laajemmalle. Matkailu on maailman suurin elinkeino ja se tavoittaa eniten kuluttajia. Näin ollen kestävän kehityksen periaatteita noudattava matkailu pystyy paremmin kuin muut suuret toimialat yhdistämään kestävän kehityksen käytännöt taloudelliseen toimintaan sekä välittämään asiakkaille kestävyyden merkitystä ja tällä tavalla edistämään kestävän kehityksen periaatteiden tuntemista. (Borg ym. 2002, 87.) Ilman tietoa kestävän kehityksen periaatteista ihmiset eivät voi toimia niiden mukaisesti. Matkailu tavoittaa suuren määrän ihmisiä ja on näin ollen hyvässä asemassa tiedon levittäjänä. Jos matkailun avulla tietoa kestävästä kehityksestä ja sen merkityksestä saadaan vietyä ihmisille, vaikuttaa tieto todennäköisesti myös heidän arkeensa.

Aika ja yhteiskunnassa tapahtuvat muutokset ovat muuttaneet matkailua sekä matkailijoita ja heidän tarpeitaan. Matkailijoiden muuttuminen vaativammiksi ja valistuneimmiksi sekä vaatimus matkailupalveluiden yksilöllisyydestä, laadukkuudesta ja ympäristövastuullisuudesta ovat johtaneet siihen, että matkailun suunnittelun tulee perustua kestävän matkailun periaatteelle mahdollisimman suuren ja nopean taloudellisen tuoton tavoittelun sijaan (Borg ym. 2002, 86). Kestävyys-termiä matkailun alalla käytetään usein moraalisesti oikeuttamaan toimia ja antamaan niille vihreä leima (Mowforth & Munt 2003, 80). Kestävyys ei saa olla niin sanottua päälle liimattua sanahelinää, joka ilmenee ainoastaan sanoina mutta ei näy käytännön toiminna. Modernit matkailijat ymmärtävät kestävyyden laajasti ja kokevat tarpeettoman myymisen ja keinotekoisien toiminnan epämiellyttävänä (Borg ym. 2002, 95). Asiakkaat ovat tiedostavia, ja jos toiminta ei oikeasti ole kestävällä pohjalla tai aitoa, voivat negatiiviset mielikuvat yrityksestä karkottaa asiakkaita pysyvästi. Koska pitkät asiakassuhteet ovat yksi kestävän matkailun tavoitteista, tulee edellä mainitut asiat ottaa huomioon niiden säilyttämiseksi (Borg ym. 2002, 95).

2.4. Kestävyyden eri ulottuvuudet matkailussa

Toimintaympäristö tukee monella eri tavalla matkailutoimintaa ja luo sille otolliset puitteet toimia. Matkailu on sidoksissa fyysiseen ja yhteiskunnalliseen ympäristöönsä ja perustuu sekä luonnon ja kulttuurin vetovoimaan että ympäröivän yhteiskunnan myönteiseen suhtautumiseen (Hemmi & Vuoristo 1993, 271). Jatkuvuutensa varmistamiseksi matkailuelinkeinon tulee turvata nämä toimintaympäristönsä eri ulottuvuudet kestävän matkailukehityksen kautta. Matkailun menestys riippuu luonnon resurssien, rakennetun ympäristön sekä paikallisyhteisöjen ja heidän kulttuurinsa hyvinvoinnista, kestävästä käytöstä ja hoidosta (Borg ym. 2002, 11). Menestyäkseen alueella matkailuelinkeinon tulee huolehtia toimintaympäristöstään ja mukautua muuttuviin tilanteisiin. Matkailu on elinkeino, joka muuttuu jatkuvasti ja nopeasti (Borg ym. 2002, 11). Matkailuelinkeinolle onkin tärkeitä tunnistaa ja seurata alan myönteisiä ja kielteisiä vaikutuksia ja perustaa suunnittelu niiden pohjalle (Hemmi & Vuoristo 1993, 271). Matkailussa tapahtuvat muutokset edellyttävät alan kehittymistä. Kun matkailun vaikutuksista ollaan tietoisia, voidaan alaa kehittää kestävämpään suuntaan.

Myös matkailussa kestävä kehitys edellyttää kestävyiden kokonaisvaltaista huomioimista. Mowforth ja Munt (2003, 98) käsittelevät kestävä kehitystä matkailun alalla käyttäen nelijakoa, joka erottaa kestävyiden ekologisen, taloudellisen, sosiaalisen ja kulttuurisen puolen. Matkailun menestyksen takaamiseksi sen kestävyttä tulee käsitellä kokonaisuutena huomioiden kaikki eri ulottuvuudet. Tarve matkailun ympäristövaikutusten vähentämiselle ja välttämiseksi on ilmeinen ja usein kestävyys matkailussa käsitetään ainoastaan ekologisen kestävyiden kautta (Mowforth & Munt 2003, 98). Jos matkailun kestävyttä ajatellaan ainoastaan ympäristöllisen kestävyiden kautta, jää käsitys vajavaiseksi unohtaen esimerkiksi sosiaaliset vaikutukset paikalliseen väestöön ja taloudelliset vaikutukset resursseihin. Tässä luvussa avaan ekologista, taloudellista, sosiaalista ja kulttuurista kestävyttä matkailun näkökulmasta.

Kestävyiden ympäristöpuolesta puhutaan usein *ekologisena kestävyidenä*. Ekologinen kestävyys on elämän edellytys, sillä se huolehtii luonnon monimuotoisuudesta, ekosysteemien toimivuudesta ja maa-alueiden asuinkelpoisuudesta. Elämän edellytysten turvaamiseksi ihmisen toiminta on sopeutettava luonnon kestävyyn mukaan. (Salonen 2010, 34.) Matkailun ekologisessa kestävydessä keskeistä onkin kohteen kantokyky (Borg ym. 2002, 11), mikä ilmenee alueen fyysisenä ja hallinnallisena kantokykynä sisältäen muun muassa alueelle kohdistuvat

ympäristövaikutukset ja esimerkiksi oppaiden ja karttojen saatavuuden (Mowforth & Munt 2003, 98). Kantokyky ei siis viittaa ainoastaan luonnon kantokykyyn vaan myös siihen, kuinka suuria matkailijamääriä alueella pystytään hallinnoimaan matkailualan toimijoiden puolesta. Kestävän kehityksen ajatus viittaa rajoituksiin (World Commission on Environment and Development 1987, 8). Ekologinen kestävyys sallii esimerkiksi luonnonvarojen hyödyntämisen mutta luonnon kantokyvyn rajoissa (Salonen 2010, 34), joissa matkailun on pysyttävä, jottei kohteelle synny pysyviä vaurioita (Borg ym. 2002, 11). Oman toimintansa jatkuvuuden takaamiseksi matkailutoiminnan on sopeuduttava luonnon rajoihin.

Kaikissa toiminnoissa on otettava huomioon ekologisen kestävyuden asettamat reunaehdot, joihin toiminta on sopeutettava pitkällä aikavälillä (Kiiskinen 2001, 44). Matkailu perustuu luontoon ja ympäristöön. Jos matkailutoiminta ylittää luonnon kantokyvyn, tuhoaa se silloin omaa toimintaympäristöään ja toimintaedellytyksiään. Luonnon ja ympäristön merkitystä ei välttämättä osata arvostaa ja huomioida tarpeeksi suunnitelmissa. Ympäristön merkitys matkailuelinkeinolle korostuu varsinkin markkinoinnin yhteydessä (Borg ym. 2002, 11). Esimerkiksi Suomea markkinoidaan puhtaalla luonnolla, kauniilla maisemilla, lumella ja tuhansilla järvillä. Suomessa ympäristön puhtautta ja kauneutta pidetään yleensä itsestään selvyytenä, eikä sen suojelemiseen kiinnitetä erityistä huomiota. Jos Suomella ei kuitenkaan tätä matkailuvalttia olisi, mistä saataisiin kauniit kuvat esitteisiin ja Internet-sivuille matkailijoita houkuttelemaan.

Talous perustuu luonnonvaroihin, niiden jalostamiseen ja palveluiden tarjoamiseen ihmisille. *Taloudellinen kestävyys* pyrkii kustannustehokkuuteen, luonnonvarojen viisaaseen käyttöön, tuhlaamisen välttämiseen sekä pitkäikäisiin ja kierrätettäviin tuotteisiin (Salonen 2010, 34, 96). Sanotaan, että raha pyörittää maailmaa ja taloudellisesti kestävällä toiminnalla sitä säästetään. Matkailussa, kuten muillakin teollisuuden aloilla, säästetyn rahan uskoisi olevan riittävä kannuste taloudellisesti kestävälle toiminnalle. Matkailuyritysten perustusten ja toiminnan tulee olla taloudellisesti kestävällä pohjalla. Aineellinen hyvinvointi ei saa perustua velkaantumiseen eikä luonnonvarojen tuhoamiseen (Kiiskinen 2001, 44). Matkailu kuluttaa luonnonvaroja, joten matkailupalveluita suunniteltaessa on tärkeätä huomioida niiden kestävä käyttö. Globaalisti taloudellinen kestävyys merkitsee yhteiskunnallisesti oikeudenmukaista kehitystä, jonka maailmanlaajuisena tavoitteena on köyhyyden poistaminen (Kiiskinen 2001, 44). Taloudellinen kestävyys perustuu tulojen jaolle, mutta vaikuttaa sitä kautta myös ihmisten ja ihmisryhmien

väliseen eriarvoisuuteen ohjaamalla yhteiskunnan valta- ja voimasuhteita (Salonen 2010, 34, 96). Yhteiskunnan valtakysymykset tulevatkin taloudellisten tulonjakojen myötä keskiöön paremmin kuin muiden kestävyiden osa-alueiden kautta (Mowforth & Munt 2003, 103).

Matkailun alalla taloudellinen kestävyys tarkoittaa taloudellista hyötyä, joka saadaan toimista, jotka ovat riittäviä joko kattamaan kustannukset matkailijan palvelemisesta ja läsnäolon vaikutusten lieventämisestä tai tarjoamaan aiheutetusta vaivasta asianmukaisen tulon yhteisölle (Mowforth & Munt 2003, 99, 103). Matkailu joka tapauksessa vaikuttaa jossain määrin kohdealueeseen, joten oleellista on korvata aiheutuneet haitat paikalliselle yhteisölle ja huolehtia siitä, että he saavat oikeudenmukaisen osan matkailutuloista. Vaikka taloudellinen kestävyys saatetaan ymmärtää korvaukseksi ympäristöllisistä, sosiaalisista ja kulttuurisista tuhoista, ei se todellisuudessa vähennä muiden kestävyiden osa-alueiden merkittävyyttä (Mowforth & Munt 2003, 103). Taloudellisesti kestäväällä toiminnalla ei voida korvata aiheutettuja vahinkoja, vaan toiminnan pitää olla kestävää kautta linjan, jotta tuhoilta vältytään. Matkailutuotteiden kestävään suunnitteluun kuuluu myös niiden käyttöä huomioiminen. Palvelut pitäisi rakentaa pitkäikäisiksi, jotta ne olisivat taloudellisesti kestäväällä pohjalla. Matkailuelinkeinoa onkin kritisoitu keskittymisestä lyhytnäköiseen voitontavoitteluun pitkän aikavälin kestävyiden sijaan (Borg ym. 2002, 11).

Sosiaaliseen kestävyteen liitetään tunne yhteisöllisyydestä ja yhteiskunnallisuudesta, ihmisten välinen vuorovaikutus, solidaarisuus ja tasa-arvoisuus sekä ihmisoikeuksien kunnioittaminen. Sosiaalinen kestävyys perustuu ajatukseen, että kehityksen tuomat mahdollisuudet tulisi jakaa tasaisesti ihmisten ja valtioiden kesken, jotta epätasaisen jakamisen luomaa eriarvoisuutta ei pääsisi syntymään. (Salonen 2010, 34–35, 111.) Matkailu koskettaa matkailijan lähtöalueen lisäksi muita alueita ja kaupunkeja sekä ulkomaan matkailussa muita valtioita. Matkailussa syntyy jaettavaa ja sen globaalin rakenteen vuoksi on erityisen tärkeitä kiinnittää huomiota sosiaaliseen kestävyteen, jotta matkailusta tulleet tuotot, olivat ne materiaalisia tai ei-materiaalisia, jakautuvat tasaisesti kaikkien niihin oikeutettujen kesken. Yksi matkailun negatiivisista vaikutuksista on sosiaalinen jakautuminen, jota pyritään torjumaan sosiaalisella kestävyydellä (Mowforth & Munt 2003, 99). Sosiaalinen jakautuminen erityisesti köyhemmissä valtioissa on usein suurta ja erot ryhmien välillä ovat merkittäviä. Sosiaalisesti kestävä matkailu pyrkii omalta osaltaan kaventamaan näitä eroja.

Sosiaalisen kestävyysmittarina työllisyysvaikutukset voivat olla parempi mittari kuin esimerkiksi matkailutulot (Borg ym. 2002, 93). Työllisyysvaikutuksilla mitataan suoraan sitä, kuinka matkailu on vaikuttanut paikalliseen väestöön, kun matkailutuloissa jakajina ovat usein paikallisen väestön lisäksi kansalliset ja ylikansalliset toimijat. Matkailuelinkeinoa on arvosteltu sen kestävämmistä menettelytavoista, jotka käyttävät hyväkseen paikallisia asukkaita ja ympäristöä (Borg ym. 2002, 11). Kestävän matkailun sosiaalinen ulottuvuus korostaa paikallisten huomioimista matkailun alalla. Sosiaalisesti kestävä matkailu pyrkii matkailusta saatujen hyötyjen oikeudenmukaiseen jakamiseen ja sosiaalisen tasapainon säilyttämiseen kohdealueella.

Sosiaalisella kestävyydellä matkailussa tarkoitetaan yhteisön kykyä omaksua ulkopuolelta tulevia, esimerkiksi muita ihmisiä, ja jatkaa toimintaa synnyttämättä epätasapainoa tai sopeuttaa toimintansa epätasapainon lieventämiseksi (Mowforth & Munt 2003, 99). Sosiaalisella kestävyydellä pyritään pitämään yllä kohdealueen sosiaalista tasapainoa matkailijoista ja heidän, sekä ylipäättään matkailun, mukanaan tuomista vaikutuksista huolimatta. Sosiaalinen kestävyys edellyttää, että paikallinen väestö ja sen elinolot sekä toiveet ja näkemykset otetaan huomioon luonnonvarojen ja ympäristön käytöstä päätettäessä (Borg ym. 2002, 92). Ottamalla paikallisen väestön näkemykset huomioon päätöksissä, jotka koskettavat heidän elämäänsä, luodaan matkailutoiminnalle kestävä ja oikeudenmukaista pohjaa. Paikallisilla olevaa arvokasta tietoa heidän omasta elinympäristöstään ei kannata sivuuttaa.

Matkailijoiden viipymisaika kohteessa vaikuttaa sosiaalisten vaikutusten voimakkuuteen. Mitä pidempään he alueella viipyvät, sitä voimakkaampi heidän vaikutuksensa alueella voi olla. Toisaalta pidempään viipyminen taas purkaa ja oikaisee tehokkaammin ennakkoluuloja ja stereotyyppioita. (Hemmi & Vuoristo 1993, 275.) Viipymisajalla voi siis olla sekä positiivisia että negatiivisia vaikutuksia. Jos vaikutus on negatiivinen, on sitä parempi, mitä lyhyempi vierailu on. Yleensä matkailijat kuitenkin viipyvät kohteessa lyhyen aikaa ja tutustuminen jää pinnalliseksi (Hemmi & Vuoristo 1993, 275). Toisaalta taas ennakkoluulojen poistuminen ajan kanssa voi ehkäistä tai lieventää negatiivisten sosiaalisten vaikutusten syntyä. Mitä suuremmat taloudelliset, sosiaaliset ja kulttuuriset erot matkailijoiden ja paikallisen väestön välillä ovat, sitä suuremmat ovat paikalliseen yhteisöön kohdistuvat negatiiviset sosiaaliset vaikutukset (Hemmi & Vuoristo 1993, 275–276).

Yhteisöt voivat jatkaa toimintaansa tasapainoisesti matkailijoiden mukanaan tuomista muutoksista huolimatta, mutta kulttuurit saattavat muuttua vierailijoiden tapojen, tyylien ja käytäntöjen myötä (Mowforth & Munt 2003, 99). Matkailussa kohtaavat paikallinen kulttuuri, jota edustaa matkakohteen paikallinen väestö, tuotu kulttuuri, joka on matkailijan kotikulttuuri, sekä matkailijoiden itsensä tai matkailutilanteen synnyttämä matkailukulttuuri (Hemmi & Vuoristo 1993, 274–275). Matkailijat kuljettavat omaa kulttuuria mukanaan, kun he menevät matkakohteeseen paikallisen kulttuurin vaikutuspiiriin. Lisäksi kolmantena kulttuurien kohtaamisessa vaikuttaa matkailukulttuuri, mikä on syntynyt paikallisen kulttuurin rinnalle. Kaikki kolme kulttuuria levittävät omia vaikutteitaan muihin sekä vastavuoroisesti ovat alttiina toisten kulttuurien vaikutuksille. Useimmiten kulttuurien kohdatessa paikallinen kulttuuri kääntyy matkailun tuoman kulttuurin suuntaan (Hemmi & Vuoristo 1993, 274). *Kulttuurinen kestävyys* tarkoittaa ihmisten kykyä säilyttää ja mukauttaa oman kulttuurinsa osia, jotka erottavat heidät muista (Mowforth & Munt 2003, 99). Oleellista kulttuurien säilymisessä on löytää tasapaino vaikutteiden omaksumisen ja oman kulttuurin säilyttämisen välille.

Kulttuurisen kestävyys perustana on se, että kehitys on tasapainossa siihen osallistuvien ja osallisiksi joutuvien ihmisten kulttuurin ja arvojen kanssa. Tärkeätä on myös kulttuurisen tiedon löytäminen ja sen siirtäminen uusille sukupolville, mihin liittyy osaltaan myös kasvaminen globaaliin vastuuseen ja yhteisiin velvollisuuksiin sekä niihin liittyvät kasvatustehtävät. (Kiiskinen 2001, 44–45.) Mitä pienempi kulttuurinen yhteisö on kyseessä, sitä uhanalaisempi se on kulttuurien sekoittuessa ja ihmisten muuttaessa pois oman kulttuurinsa vaikutuspiiristä. Jotta kulttuurit säilyvät, tulee niiden siirtäminen tuleville sukupolville varmistaa. Jos tulevat sukupolvet kasvatetaan osaksi vallitsevaa kulttuuria, auttaa se heitä omaksumaan sen osaksi itseään ja ymmärtämään vastuunsa ja velvollisuutensa sen säilyttämiseksi. Oppiminen on myös yksi matkustamisen motiiveista. Erityisesti perhematkailussa saatetaan valita sellainen matkakohde, jossa lapset voivat oppia jotain uutta. Matkailu edistää näin ollen sukupolvien välistä vuorovaikutusta, jonka kautta uusi sukupolvi oppii toimimaan yhteiskunnassa sekä tulee osalliseksi yhteisön kulttuurista ja saa edellytykset kehittää sitä edelleen. (Hemmi & Vuoristo 1993, 273.) Matkailu avartaa ihmisten ja erityisesti lasten näkemystä yhteiskunnasta. Matkailun vahva side kulttuuriin tarjoaa myös mahdollisuuden oppia niin omasta kuin vieraista kulttuureista sekä uusista tavoista matkustaa.

Kulttuuri on merkittävä osa matkailua myös muuten kuin yhtenä matkailun muotona, kulttuurimatkailuna. Vaikka kyse ei olisikaan varsinaisesta kulttuurimatkailusta, törmää matkustaessa väkisinkin kohdealueen kulttuuriin tavalla tai toisella. Matkailun kulttuuriset vaikutukset ovat väistämättömiä ja saattavat tapahtua huomaamatta, mutta haitallisimpien vaikutusten hallinta, kuten matkailijan vastuullisen käyttäytymisen korostaminen ja paikallisen kulttuurin vääristymisen ennaltaehkäisy, ovat kestävän matkailun oleellisia tekijöitä (Mowforth & Munt 2003, 99). Kulttuurisen kestävyys toteutumisessa tärkeitä ovat myös matkailijat itse ja heidän käyttäytymisensä. Kulttuurisia muutoksia on hankalaa korjata jälkikäteen, joten negatiivisten muutosten syntyä tulisi välttää.

Kulttuurit ovat luonteeltaan muuttuvia, joten kulttuurisen mukautumisen prosessit eivät aina ole seurauksiltaan negatiivisia (Mowforth & Munt 2003, 99). Kulttuuriset vaikutukset eivät välttämättä ole pahasta vaan toisesta kulttuurista saatetaan myös omaksua hyviä piirteitä omaan kulttuuriin. Jos kohdealueen kulttuuri kärsii negatiivisesti, vaikuttaa se myös alueen matkailuun. Kulttuurit tekevät kohteista ainutlaatuisia ja kiinnostavia ja ovat olennainen osa kohteen vetovoimaisuutta. Matkailu on monissa maissa myös vaikuttanut kulttuuria säilyttävästi tai jopa elvyttävästi, kun kulttuuriympäristöihin sekä tapakulttuuriin ja perinteisten tapahtumien, ruokien, musiikin ja käsityöiden esille tuomiseen on alettu kiinnittää huomiota matkailun myötä (Hemmi & Vuoristo 1993, 278, 289). Kulttuuriset vaikutukset ovat havaittavissa pidemmällä aikavälillä ja siksi ne ovat vaikeasti mitattavia (Mowforth & Munt 2003, 99). Kaikki matkailun vaikutukset eivät ole ilmeisiä, vaan pinnan alla saattaa tapahtua kulttuurisia muutoksia, jotka ilmenevät vasta ajan kuluessa.

3. Aineisto ja menetelmät

Tutkimukseni aineisto koostuu kahdesta kyselyaineistosta sekä haastatteluaineistosta. Haastattelu ja kyselylomake ovat tietoisuuden ja ajattelun sisältöihin kohdistuvia menetelmiä (Hirsjärvi & Hurme 2011, 35). Tässä tutkimuksessa kyselylomakkeilla ja haastatteluilla avaan potentiaalisten matkailijoiden sekä matkailualalla työskentelevien ihmisten ajatuksia kestävästä matkailusta. Kyselyaineiston avulla tutkin kansalaisten mielipiteitä kestävästä matkailusta ja heidän matkailutottumuksiaan. Haastatteluaineistolla selvitän matkailualalla toimivien ihmisten näkemyksiä kestävästä matkailusta sekä sen osuutta heidän edustamiensa yritysten toiminnassa. Tässä luvussa esittelen tutkimuksessa käytetyn aineiston ja aineiston analyysimenetelmät. Luvun alussa keskiössä ovat toteutetut kyselyt, kyselylomakkeet ja vastaajat taustatietoineen. Lisäksi esittelen aineiston toisen osan, haastattelut sekä haastateltavat. Lopuksi avaan aineiston analyysissä käyttämiäni menetelmiä.

3.1. Kyselyillä penni kansalaisten ajatuksista

Lomakekyselyllä voidaan kerätä tietoa tosiasioista, käyttäytymisestä, toiminnasta, tiedoista, arvoista, asenteista, uskomuksista, käsityksistä ja mielipiteistä (Hirsjärvi ym. 2000, 184). Tässä tutkimuksessa kyselyaineistolla selvitin kansalaisten käsityksiä kestävästä matkailusta sekä heidän matkailutottumuksiaan. Kyselyaineiston etuna on se, että sen avulla voidaan kerätä tehokkaasti laaja tutkimusaineisto (Hirsjärvi ym. 2000, 182). Tutkittaessa kansalaisten mielipiteitä tutkimusaineiston on hyvä olla laaja, jotta tutkimus perustuu mahdollisimman kattavasti kansalaisten näkemyksiin. Kyselylomakkeella aineisto saadaan kerättyä tehokkaammin, nopeammin ja systemaattisemmin kuin esimerkiksi haastatteleamalla. Kyselyllä aineistoa kerätään standardoidusti, jolloin kaikilta vastaajilta kysytään samat kysymykset samalla tavalla (Hirsjärvi ym. 2000, 180). Vaikka kyselylomake on sama kaikille vastaajille, eivät vastaajat välttämättä keskity vastaamiseen samalla tavoin. Kun kyselyä käytetään aineiston keruun muotona, ei voida olla varmoja vastausten huolellisuudesta ja rehellisyydestä eikä väärinymmärrysten välttämisestä. Näitä voidaan ehkäistä käyttämällä kontrolloitua kyselyä, jolloin tutkija jakaa lomakkeet henkilökohtaisesti ja voi samalla vastata kysymyksiin tai kertoa tutkimuksesta. (Hirsjärvi ym. 2000, 182–184.) Tätä tutkimusta varten suurin osa kyselyaineistosta kerättiin kontrolloidusti, jolloin vastaajilla oli mahdollisuus olla vuorovaikutuksessa tutkijan kanssa lomaketta täyttäessään.

Aineiston keruun yhteydessä havaitsin ihmisten kielteisen suhtautumisen kyselyihin ja tutkimuksiin, kun useat eivät olleet halukkaita vastaamaan. Monille ihmisille onkin syntynyt kielteinen asenne kyselylomakkeita kohtaan, koska erilaisia lomakkeita tulee ihmisille vähän väliä täytettäväksi (Hirsjärvi ym. 2000, 185; Hirsjärvi & Hurme 2011, 36). Kyselylomakkeita suunniteltaessa otin huomioon ihmisten mahdolliset negatiiviset asenteet ja vastaamishaluttomuuden. Vaikka eniten vastaamiseen vaikuttaa tutkimuksen aihe, voidaan myös kysymysten ja lomakkeen laadinnalla vaikuttaa onnistumiseen (Hirsjärvi ym. 2000, 185). Halusin jättää tutkimuksen aineiston keruussa käytetyt kaksi kyselylomaketta melko lyhyiksi sekä tehdä ne vaivattomiksi ja nopeiksi vastata käyttämällä enimmäkseen monivalintakysymyksiä. Monivalintakysymykset auttavat vastaajaa tunnistamaan asian, jota kysymys koskee ja näin ollen helpottamaan vastaamista (Hirsjärvi ym. 2000, 188). Kynnystä vastaamiseen pyrin myös madaltamaan kirjaamalla mahdollisuuksien mukaan avoimen kysymyksen vastaukset vastaajan puolesta, jotta vastaamiseen kuluva aika ei olisi este vastaamiselle hektisessä messuympäristössä. Vaikka vastaamishaluttomuutta esiintyi jonkin verran, sain kyselyillä kerättyä kattavan aineiston.

Kyselyaineisto koostuu kahdesta kyselystä, jotka toteutettiin kansalaisille keväällä ja kesällä 2012. Ensimmäinen kysely toteutettiin Tampereen Messu- ja urheilukeskuksessa, Pirkkahallissa järjestettyjen Kotimaan matkailumessujen yhteydessä yhden viikonlopun aikana. Toinen kysely toteutettiin kesällä 2012 järjestettyjen Tampereen asuntomessujen yhteydessä, jolloin aineistoa kerättiin neljä viikkoa. Kyselyitä oli lisäksi osan ajasta keräämässä myös muita tutkijoita. Kyselyillä selvitin ihmisten mielipiteitä ja määritelmiä *kestävä matkailu* -käsitteelle sekä heille tärkeitä asioita matkaillessa. Kyselyihin oli mahdollista vastata sekä kyselylomakkeilla paikan päällä messuilla että internetissä. Kyselylomakkeet sisälsivät samoja kysymyksiä, mutta toista kyselyä varten laajensin kyselylomaketta ensimmäisestä kyselystä saatujen kokemusten perusteella. Koska toinen kysely oli ensimmäistä laajempi ja tuotti suuremman aineiston, keskityn tämän tutkimuksen analyysissa enemmän siitä saatuun aineistoon.

Kyselyt aloitettiin avoimella kysymyksellä siitä, miten ihmiset määrittelevät kestävän matkailun tai mitä sanapari tuo heille mieleen. Kyselylomake on hyvä tapa selvittää ihmisten mielipiteitä johonkin asiaan (Hirsjärvi & Hurme 2011, 35). Avoin kysymys mahdollistaa vastaajan sanoa, mitä hän oikeasti ajattelee, kun taas monivalintakysymykset rajaavat vastaamista valmiisiin vaihtoehtoihin (Hirsjärvi ym. 2000, 188). Avoimen kysymyksen tarkoituksena oli saada selville

ihmisten ensireaktioita *kestävä matkailu* -sanapariin. Avointen kysymysten ongelmana on se, että niihin helposti jätetään vastaamatta tai vastaukset ovat epätarkkoja (Valli 2001a, 110). Kun mahdollista, esitettiin avoin kysymys vastaajille erikseen suullisesti ja vastaus kirjattiin ylös ennen vastaajien itsenäistä kyselylomakkeen täyttämistä. Tällä pyrin helpottamaan vastaamista, sekä varmistamaan vastaamisen ja sen, että vastaajien määritelmät perustuivat heidän omiin mielikuviinsa kestävästä matkailusta ilman, että kyselylomakkeen kysymykset ohjasivat heidän ajatteluaan. Vastaajien oli mahdollista vastata toiseen kyselyyn myös täysin itsenäisesti, jolloin avoin kysymys oli liitetty kyselylomakkeeseen ensimmäiseksi kysymykseksi. Tällöin vastausjärjestystä oli mahdotonta valvoa ja vastauksiin saattoivat vaikuttaa kyselylomakkeen muut kysymykset. Kyselylomakkeessa ongelmana onkin se, että vastaajat eivät välttämättä vastaa kysymyksiin halutussa järjestyksessä ja tuleviin kysymyksiin voidaan tutustua ennalta (Valli 2001a, 102). Seuraavissa alaluvuissa esittelen kyselyt, joilla kyselyaineisto kerättiin sekä taustatietojen valossa kyselyiden vastaajat.

3.1.1. Ensimmäinen kysely

Ensimmäinen kysely toteutettiin huhtikuussa 2012 Tampereen Messu- ja urheilukeskuksessa, Pirkkahallissa viikonloppuna, jolloin messukeskuksessa järjestettiin samanaikaisesti Puutarha-, Kotimaan matkailu-, Kirja-, Keräily- sekä Viinimessut. Vastaajat eivät siis olleet ainoastaan matkailumessujen kävijöitä ja muodostivat näin ollen luonteeltaan laajemman joukon kuin pelkästään juuri matkailumessuille saapuneet kävijät olisivat muodostaneet. Sama kysely oli auki myös internetissä ilman avointa kysymystä, joten kyselyyn vastaaminen oli mahdollista myös messujen ulkopuolella. Avoin kysymys jätettiin pois internetissä olevasta kyselylomakkeesta, koska lomakkeella oli mahdollista palata edellisiin vastauksiin ja näin ollen olisi ollut mahdotonta kontrolloida, ovatko avoimet vastaukset ensireaktioita vai lomakkeen täyttämistä syntyneitä ajatuksia. Vastauksia kertyi kaiken kaikkiaan 171 kappaletta, joista 110 vastasivat kyselyyn matkailumessuilla ja 61 internetissä.

Kyselylomake (Liite 1.) alkoi taustakysymyksillä vastaajasta, sekä siitä miten, missä ja kenen kanssa he tyypillisesti matkustavat. Monivalintakysymyksessä vastaajia pyydettiin valitsemaan heille tärkeitä seikkoja matkustaessaan. Matkailukohteilla ja -tuotteilla on useita eri ominaisuuksia, määreitä eli attribuutteja, joista muodostuu erilaisia asenteita (Hemmi & Vuoristo 1993, 148). Kysymykseen oli listattu 20 matkustamiseen liittyvää määrettä, joista vastaajilla oli mahdollisuus

valita ne ominaisuudet, jotka ovat heille tärkeitä matkustaessaan. Paikan päällä vastanneita pyydettiin lisäksi nostamaan valitsemistaan määreistä kolme tärkeintä ja laittamaan ne tärkeysjärjestykseen.

3.1.2. Toinen kysely

Toista kyselyä kerättiin Tampereen Vuoreksessa järjestettyjen asuntomessujen yhteydessä kesällä 2012 neljän viikon ajan. Keräsin kyselyitä Tampereen kaupungin osastolla sekä myös näiden messujen yhteydessä kysely oli auki internetissä. Sen lisäksi, että vastauksia kerättiin henkilökohtaisesti, kyselylomake, johon avoin kysymys oli lisätty ensimmäiseksi kysymykseksi, oli mahdollista täyttää itsenäisesti paikan päällä sekä internetissä. Itsenäisesti messuilla tai internetissä vastanneilta ei näin ollen kestävän matkailun määrittämiseksi ole välttämättä saatu ensireaktiota tai puhtaasti omaa mielikuvaa tai mielipidettä vaan vastauksiin ovat saattaneet vaikuttaa kyselyn muut kysymykset. Vastauksia asuntomessujen ajalta saatiin kaiken kaikkiaan 502 kappaletta, joista 411 vastausta olivat paikan päältä messuilta ja 91 internetistä.

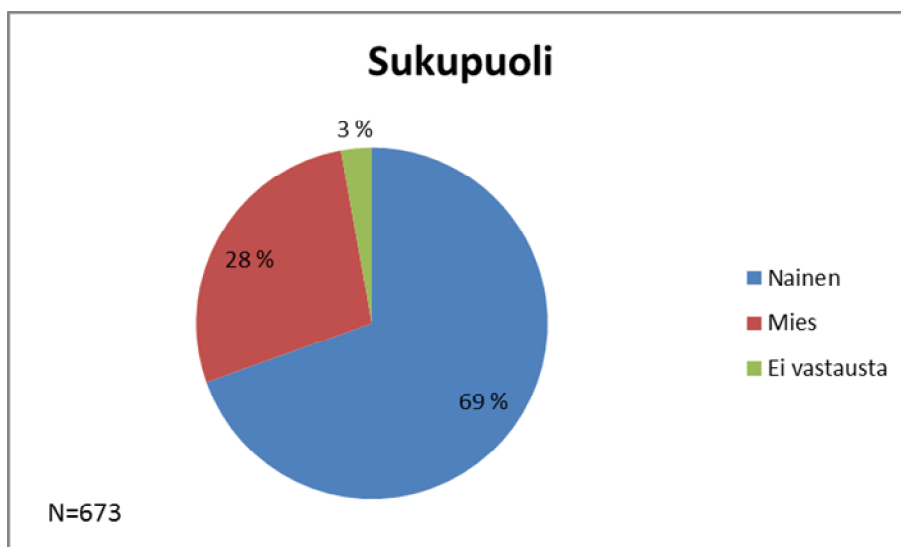
Toinen kysely (Liite 2.) sisälsi samat kysymykset kuin ensimmäinen, kevään kotimaan matkailumessuilla toteutettu kysely, mutta lisäksi kyselyyn oli lisätty kysymykset siitä, mitkä tekijät vastaajat liittävät ekologiseen tai ympäristöystävälliseen matkailuun, vaikuttavatko ympäristöystävälliset tekijät vastaajien matkasuunnitelmiin, ja millaisena he näkevät matkailunsa lähitulevaisuudessa. Aiemmin, omaan matkailuun liittyviä tärkeitä ominaisuuksia kysyttäessä, käytettyä listaa matkustamiseen liittyvistä määreistä käytettiin uudelleen, kun vastaajilta kysyttiin, mitkä näistä tekijöistä he liittävät ekologiseen tai ympäristöystävälliseen matkailuun. Lisäksi vastaajilta kysyttiin, vaikuttavatko ympäristöystävälliset tekijät heidän matkasuunnitelmiinsä ja miten ne ilmenevät heidän omassa matkustuskäyttäytymisessään. Lopuksi vastaajilta kysyttiin tulevaisuudennäkymiä oman matkailunsa suhteen.

3.1.3. Taustatiedot vastaajista

Kyselyaineistoa kerättiin kahdessa tapahtumassa satunnaisotannalla pyytämällä ihmisiä osallistumaan tutkimukseen. Vastaajiksi yritettiin saada mahdollisimman kattava otos eri ikäryhmistä ja sukupuolten väliltä. Jokaista tapahtumissa vierailutta ihmistä oli kuitenkin mahdotonta pyytää vastaamaan ja kaikki pyydettyt eivät halunneet vastata. Tapahtumissa jaettiin myös tutkimukseen liittyvää mainosta, joka sisälsi linkin kyselylomakkeen sähköiseen versioon.

Mainosta jaettiin molemmissa tapahtumissa Tampereen osastolla, sekä toisen kyselyn aikana jaoin mainosta myös henkilökohtaisesti. Siihen, kuinka moni ja minkälaiset ihmiset kyselyyn internetissä vastasivat, ei ollut mahdollista vaikuttaa. Vastaajat kyselyihin valikoituivat siis satunnaisesti. Kyselylomakkeet alkoivat taustatietokysymyksillä, joilla halusin selvittää, minkälaisen joukon vastaajat muodostavat. Taustatietona kysyttiin vastaajien sukupuolta, ikää ja asuinalueita sekä sitä, minkälaisilla matkoilla ja kenen kanssa vastaajat tyypillisesti matkustavat.

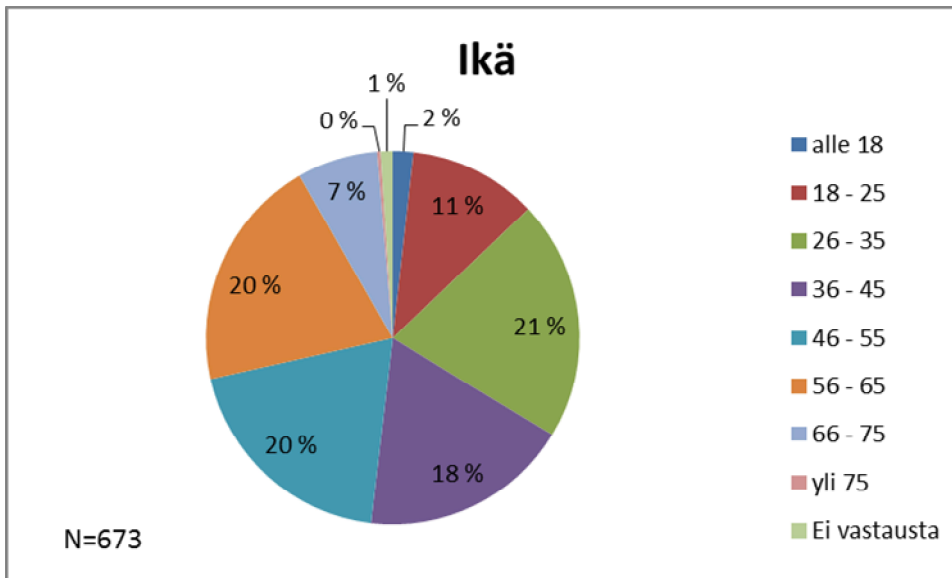
Vastaajista 69 % oli naisia ja 28 % miehiä, kun 3 % vastaajista jätti sukupuolen ilmoittamatta (kuva 3.1). Suurin osa kyselyaineistosta kerättiin Tampereen asuntomessuilla, mikä osaltaan selittää tämän tutkimuksen sukupuolijakauman epätasaisuutta. Suomen asuntomessujen teettämästä, Tampereen Asuntomessuilla 2012 toteutetusta Kävijä- ja näytteilleasettajatutkimuksesta (Rakennustutkimus RTS Oy 2012, 7) käy ilmi sukupuolijakauman asuntomessuilla vastanneen lähes täsmällisesti tämän tutkimuksen sukupuolijakaumaa, kun asuntomessujen kävijöistä 69 % oli naisia ja 31 % miehiä. Sukupuolijakaumaan vaikuttaa myös se, että kun pariskuntia, perheitä tai muita useamman hengen ryhmiä pyysi vastaamaan kyselyyn, valikoitui vastaajaksi useimmiten nainen, esimerkiksi perheen äiti.



Kuva 3.1. Kyselyihin vastanneiden sukupuolijakauma.

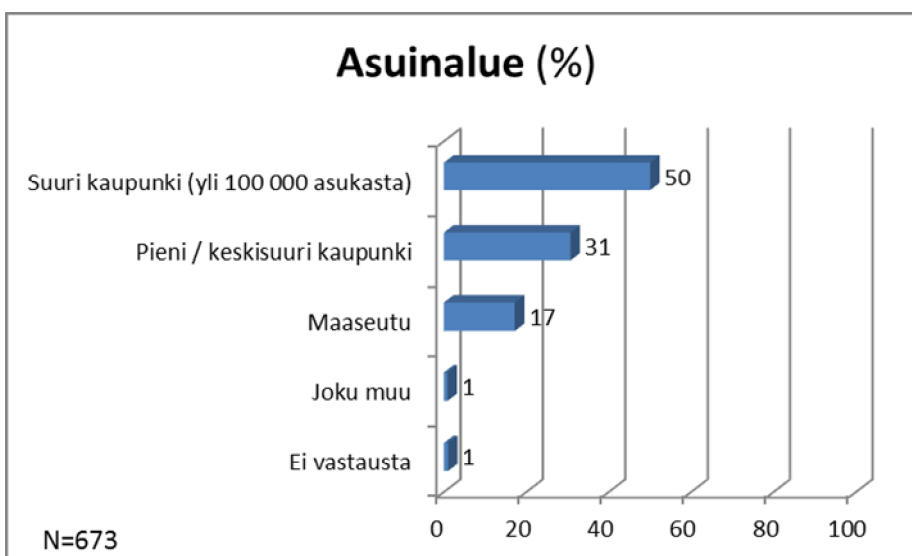
Vastaajien ikäjakauma muodostui melko tasaiseksi (kuva 3.2). Vastaajia saatiin kaikista ikäluokista. Yli 75-vuotiaita oli vastaajien joukossa ainoastaan 2 kappaletta ja alle 18-vuotiaiden vastaajien osuus jäi kahteen prosenttiin, mikä oli luonnollista ottaen huomioon tapahtumat, joissa aineistoa kerättiin. Vaikka 66–75-vuotiaiden osuus vastaajista jäi alle kymmeneen prosenttiin ja 18–25-

vuotiaita vastaajia oli aineistossa hieman yli kymmenen prosenttia, voidaan aineiston ikäjakauman katsoa olevan melko tasainen. Myös ikäjakauma tässä tutkimuksessa muistuttaa Tampereen asuntomessujen kävijöiden ikäjakaumaa (Rakennustutkimus RTS Oy 2012, 7).



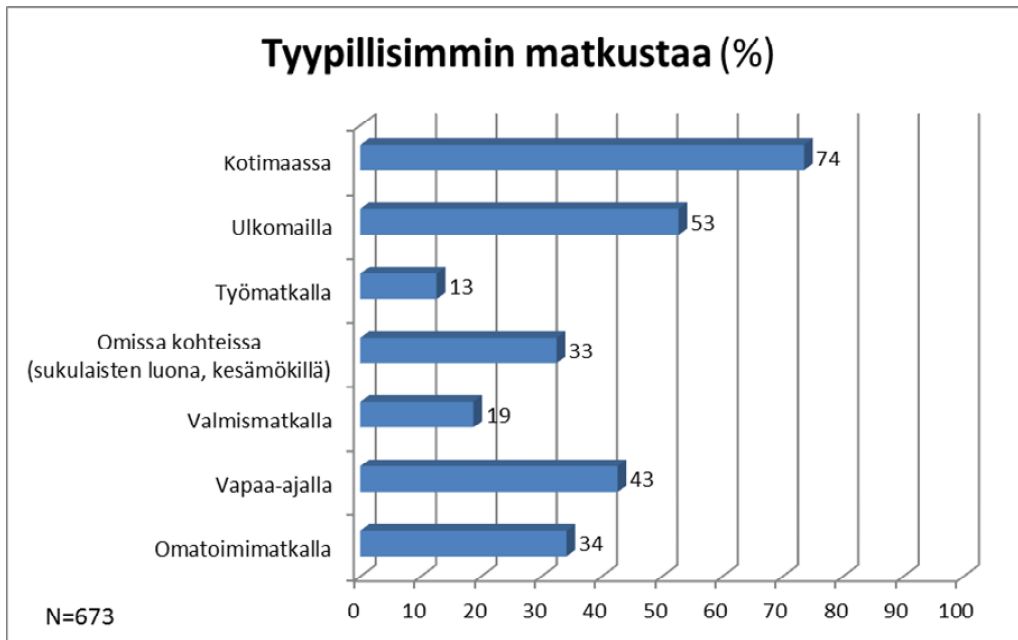
Kuva 3.2. Kyselyihin vastanneiden ikäjakauma.

Vastaajia saatiin niin suurista, yli 100 000 asukkaan kaupungeista kuin maaseudulta (kuva 3.3). Kyselyiden kerääminen tapahtui suuren kaupungin alueella, mikä osaltaan vaikuttaa siihen, että myös vastaajiksi valikoitui suuressa kaupungissa asuvia.



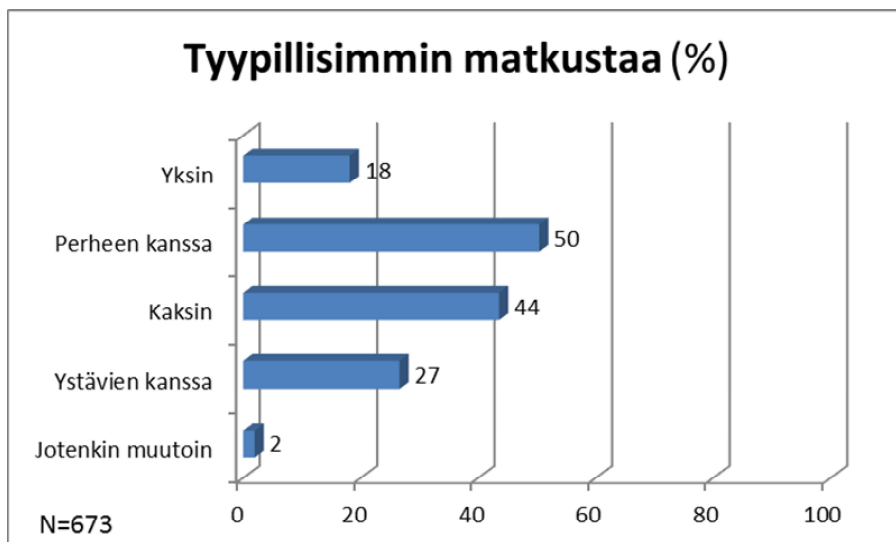
Kuva 3.3 Kyselyihin vastanneiden jakautuminen asuinalueen mukaan.

Kysyttäessä tyypillisimpiä matkustusmuotoja vastaajien oli mahdollista valita useampia vaihtoehtoja kuvaamaan omaa matkustusta tyypillisimmillään. Vastaajiksi kyselyihin valikoitui monipuolinen joukko matkailijoita (kuva 3.4). Vastaajat matkustivat lähes yhtä paljon kotimaassa kuin ulkomailla. Vapaa-ajalla tyypillisesti matkustavia oli enemmän kuin työmatkoja tekeviä, joita vastaajien joukosta kuitenkin löytyi 13 %. Omatoimisesti matkustavia oli hieman enemmän, mutta myös valmismatkoilla matkustavia löytyi vastaajien joukosta.



Kuva 3.4. Kyselyihin vastanneiden tyypillisimpiä matkustusmuotoja.

Tyypillisimmän matkustustavan mukaan vastaajat jakautuivat myös melko tasaisesti (kuva 3.5). Puolet vastaajista matkustivat tyypillisesti perheen kanssa, mutta niin kaksin, yksin kuin ystävien kanssa tyypillisesti matkustavia löytyi vastaajien joukosta.



Kuva 3.5. Kyselyihin vastanneiden tyypillisimpiä matkustustapoja.

3.2. Haastatteluilla katsaus matkailualan toimijoiden näkökulmaan

Tutkimukseni aineiston toinen osa koostuu eri matkailun toimialoilla toimivien yritysten edustajien haastatteluista. Kyselylomaketta käytin selvittämään kansalaisten mielipiteitä kahdesta syystä: kyselylomakkeella voidaan vaivattomasti kysyä samaa asiaa suurelta joukolta ihmisiä ja lisäksi kyselylomake mahdollistaa sopivan pintapuolisen selvityksen asiasta, josta ei voida kansalaisilla olettaa olevan tietoa. Aineiston toiseksi osaksi ja kansalaisten näkemysten vastapainoksi halusin selvittää matkailualan toimijoiden näkemyksiä kestävästä matkailusta. En katsonut tarpeelliseksi kartoittaa mahdollisimman suuren toimijajoukon pintapuolisia ajatuksia vaan ennemminkin halusin paneutua syvällisemmin muutaman matkailualaa tuntevan ihmisen ajatuksiin.

Välineeksi matkailualan toimijoiden näkemysten kartoittamiseksi valitsin tässä tutkimuksessa haastattelut. *Haastattelu* on ainutlaatuinen tutkimusmenetelmä, sillä siinä ollaan suorassa kielellisessä vuorovaikutuksessa tutkittavan kanssa ja tällöin tiedonhankintaa on mahdollista suunnata itse tilanteessa (Hirsjärvi ym. 2000, 191; Hirsjärvi & Hurme 2011, 34). Ei-kielelliset viestit auttavat myös ymmärtämään vastauksia ja merkityksiä (Hirsjärvi & Hurme 2011, 34). Suorassa vuorovaikutuksessa haastateltavien kanssa kestävä matkailun teemoihin oli mahdollista syventyä tilanteen mukaan haastattelun edetessä. Haastattelun suurimpia etuja on sen joustavuus aineiston keruussa sekä mahdollisuus säädellä haastatteluaiheita ja tulkita vastauksia. Haastattelutilanne mahdollistaa lisäksi saatujen vastausten selventämisen ja tietojen syventämisen, esimerkiksi lisäkysymyksiä esittämällä. (Hirsjärvi ym. 2000, 191–192.) Haastatteluissa kysymyksiä oli

mahdollista esittää lisää tai karsia tarpeen vaatiessa, mikä ei olisi ollut mahdollista kyselylomakkeita käytettäessä.

Tutkimuksen haastattelut toteutettiin *teemahaastatteluina*. Teemahaastattelu on lomakehaastattelun ja avoimen haastattelun välimuoto, jossa haastattelun aihepiirit eli teema-alueet ovat tiedossa, mutta kysymysten tarkka muoto ja järjestys saattavat muuttua (Hirsjärvi ym. 2000, 195; Eskola & Vastamäki 2001, 26). Teemahaastattelu tekee haastattelutilanteesta näin ollen joustavan ja haastattelijä voi muokata kysymyksiä tai niiden järjestyksiä tilanteen mukaan haastattelun edetessä. Teemahaastattelu on ikään kuin keskustelu, jota haastattelijä ohjaa haluamaansa suuntaan (Eskola & Vastamäki 2001, 24). Haastattelutilanteista pyrin luomaan keskustelunomaisia, jolloin haastattelun eteneminen oli luontevaa ja teemoihin oli mahdollista syventyä niiden tullessa esille. Haastattelutilanteessa haastattelijä varmistaa, että kaikki teemat käydään haastateltavan kanssa läpi, mutta niiden laajuus ja järjestys vaihtelevat haastattelujen välillä (Eskola & Vastamäki 2001, 27). Kun haastattelin samasta aiheesta useita ihmisiä, oli tärkeätä huolehtia siitä, että kaikki teemat käytiin läpi jokaisen haastateltavan kanssa, mutta se, kuinka laajasti ja missä järjestyksessä aiheista keskusteltiin, vaihteli haastattelujen välillä. Asiantuntijahaastatteluissa ei olla niinkään kiinnostuneita itse haastateltavasta vaan haastattelutilanteessa pyritään saamaan tietoja, joita hänellä oletetaan olevan tutkittavasta ilmiöstä (Alastalo & Åkerman 2010, 373). Haastateltujen matkailualan toimijoiden en olettanut niinkään olevan asiantuntijoita kestävän matkailun alalla, vaan ylipäättään matkailun alalla, jolloin haastatteluilla saatu aineisto avaa tutkimukseen matkailun parissa työskentelevien näkökulman kestävän matkailun kriteereihin ja muotoihin.

3.2.1. Pienet ja suuremmat haastateltavat

Matkailu on laaja-alainen elinkeino, joka sisältää useita eri toimialoja. Myös haastateltaviksi pyrin saamaan yrityksiä laajasti matkailun eri toimialoilta. Haastateltaviksi valitsin muutamia selkeästi kestävään tai ympäristöystävälliseen matkailuun keskittyviä yrityksiä sekä yrityksiä ilman erillistä painotusta. Haastattelupyynnöt lähetin sähköpostitse. Sähköpostiviestissä kerroin tutkimuksen tarkoituksesta ja aiheesta sekä pyysin mahdollisuutta haastatella henkilöä, jolle sähköposti oli osoitettu, tai häntä esittämään haastateltavaksi mahdollisesti jonkun muun henkilön edustamastaan yrityksestä. Yleisesti ottaen vastaanotto haastattelupyyntöihin oli positiivinen.

Haastateltaviksi en kuitenkaan saanut kaikkia toivottuja yrityksiä, mikä osaltaan muokkasi haastateltavien joukkoa.

Haastateltaviksi sain matkailun parissa toimivia henkilöitä matkailun eri toimialoilta. Huvipuistot ovat suosittuja kotimaisia matkailukohteita Suomessa. Kysyin haastateltavaa Tampereen Särkänniemi Oy:stä ja sain haastatteluun Särkänniemen Elämyspuiston tietohallintapäällikön (Haastateltava 1), joka on ollut myös rakentamassa yrityksen ympäristö-, laatu- ja turvallisuusjärjestelmiä. Särkänniemen Elämyspuisto koostuu kuudesta nähtävyyshankkeesta, kuten huvilaitteista, eläinpuistosta, delfinaariosta ja akvaariosta, sekä taidemuseosta (Särkänniemi Internet-sivut). Tavoitteeni oli saada haastateltavia erikokoisista matkailualan yrityksistä mahdollisimman laajan näkemyksen saamiseksi. Pienemmän perheyrittäjän näkökulman sain haastattelemalla Hiking Travel, Hit Ky:n toista omistajaa (Haastateltava 2), joka toimii pääasiassa retkien järjestäjänä ja kouluttajana. Hiking Travel, Hit Ky on perheyrittäjä, joka on erikoistunut tapahtumien järjestämiseen sekä luonto- ja hyvinvointimatkailuun. He tarjoavat asiakkailleen retkiä, koulutusta, tapahtumia, juhlia sekä harrastusvälineitä. (Hiking Travel, Hit Ky Internet-sivut). Frantsilan HyvänOLON Keskus toimii kurssi-, koulutus- ja kokouspaikkana sekä täysihoidon lomapaikkana tarjoten kasvisruokaa ja erilaisia luontashoitoja maaseudun rauhassa (Frantsilan HyvänOLON Keskus Internet-sivut; Haastateltava 3). Frantsilan HyvänOLON Keskuksen yrittäjää (Haastateltava 3) haastattelin tuomaan tutkimukseen näkökulman pieneltä toimijalta, jonka arvoissa korostuu luonnonmukaisuus, ja fyysinen paikka on osa tarjottua palvelua.

Medialla on merkittävä rooli yhteiskunnassa, kuten myös matkailualalla. Haastattelin tutkimukseen Matkailulehti Mondon päätoimittajaa (Haastateltava 4) antamaan kestävään matkailuun lukijamäärältään Suomen suurimman matkailulehden näkökulman (Haastateltava 4). Tärkeän osan matkailualan toimijoiden kentästä muodostavat matkatoimistot. Haastateltavaksi tältä osa-alueelta sain CWT Kaleva Travelin markkinointijohtajan (Haastateltava 5). Kansainväliseen matkatoimistoketju Carlson Wagonlit Traveliin kuuluva CWT Kaleva Travel on Suomen johtava liikematkatoimisto, jonka toiminnasta vähän yli 90 % on liikematkustusta ja loput vapaa-ajan matkustusta lähinnä räätälöityjen matkapakettien muodossa (Haastateltava 5). Toinen pieni, ympäristöarvoihin toimintansa perustava yritys haastateltujen joukossa on ympäristötietoa levittävä ja laadukkaita tapahtumia toteuttava tapahtumatoimisto GreenEvent (GreenEvent Internet-sivut), jonka toista omistajaa (Haastateltava 6) haastattelin tutkimuksen aineiston osana.

Matkailualan kenttään kuuluvat oleellisena osana myös majoituspalveluja tarjoavat yritykset. Majoituspalveluiden järjestäjistä tutkimukseen haastattelin Scandic Hotels Oy:ltä aluemyyntipäällikköä (Haastateltava 7) ja hotellinjohtajaa (Haastateltava 8). Scandic on Pohjoismaiden suurin hotelliketju, joka operoi Suomessa yli 20 hotellia (Scandic Internet-sivut; Haastateltava 7; Haastateltava 8).

3.2.2. Taustatiedoista tulevaisuuteen

Haastattelut (Liite 3.) aloitin taustatiedoilla yrityksestä, jota haastateltava edustaa. Yrityksen taustatiedoilla sain syvemmän ymmärryksen siitä, minkälaisesta yrityksestä on kyse ja minkälaisella toimintakentällä yritys toimii. Yrityksen historia sekä toimintaperiaatteet ja arvot liiketoiminnan pohjalla taas kertovat yrityksen perustasta. Haastattelussa haastateltava kertoo yrityksestä oman asemansa luomasta näkökulmasta, joten haastatteluissa avattiin myös haastateltavan historiaa yrityksessä ja ylipäätään matkailun alalla. Jokainen yritys suhtautuu kestävään matkailuun ja siihen liittyviin asioihin omasta näkökulmastaan. Koska matkailuala on laaja ja yritykset sen sisällä hyvin heterogeenisiä, on taustalla myös hyvin erilaisia lähtökohtia suhtautua kestävään matkailuun. Yrityksen tausta, historia ja arvot auttavat ymmärtämään näitä lähtökohtia ja luovat pohjan yrityksen näkemyksille.

Kestävään matkailuun syvennyttiin haastatteluissa käsitteen tasolla sekä yrityksen oman toiminnan näkökulmasta. Kestävän matkailun käsitteen avaaminen aloitettiin siitä, minkälaisena haastateltavat näkevät kestävyiden roolin ylipäätään matkailun alalla, ja millä tavalla he ovat itse joutuneet tekemisiin kestävän matkailun kysymysten kanssa. Pyysin haastateltavia pohtimaan kestävän matkailun käsitettä myös oman yrityksensä näkökulmasta sekä liittämään siihen erilaisia matkailuun liittyviä tekijöitä, jotka heidän näkökulmastaan edustavat kestävää matkailua. Haastatteluilla selvitin myös käsitteen käytännön tason kytkeytymistä yrityksen toimintaan sekä mahdollisiin kestäviin toimintatapoihin liittyviä haasteita. Kestävän matkailun esimerkeillä kartoitin käsitteen liitoskohtia konkreettisiin matkailupalveluihin ja -kohteisiin.

Kestävän matkailun rooliin yrityksen omassa käytännön toiminnassa syvennyttiin käsitteen määrittelyn jälkeen. Kestävyiden näkyminen yrityksen omissa tuotteissa ja palveluissa sekä viestinnässä kertovat siitä, kuinka paljon asiat näkyvät niin yrityksen ulkopuolelle kuin sisäisesti yrityksen henkilökunnalle. Se, ovatko asiakkaat osoittaneet kiinnostusta yrityksen kestävyttä

kohtaan, kertoo osaltaan siitä, kuinka paljon yrityksen ulkopuolelta on tullut painetta kestävyys huomioimiseen. Yritystoimintaan kuuluvat kiinteänä osana yhteistyökumppanit. Vaihtoehtojen ja valinnan mahdollisuus yhteistyöverkostoissa vaikuttaa yrityksen oman toiminnan suuntautumiseen. Haastattelujen jälkeen kysyin haastateltavilta lisäksi sähköpostitse, mitä ja kenen toimesta matkailumarkkinoilla pitäisi tehdä, jotta kehitys menisi kestävämpään suuntaan. Haastattelujen etuna onkin se, että haastateltavat on mahdollista tavoittaa myöhemmin, jos aineistoa on tarpeen täydentää (Hirsjärvi ym. 2000, 193). Sain lähes kaikilta sähköpostitse vastauksen lisäkysymykseen.

Matkailualalla toimivat henkilöt ovat työhistoriansa pituudesta riippuen nähneet matkailualalla vallinneita suuntauksia ja alan kehitystä. Heillä myös työnsä puolesta on jonkinlainen käsitys tulevasta: tulevaisuuden kehityssuunnista ja siitä, mihin suuntaan ala on menossa. Haastattelun lopuksi kysyin haastateltavilta heidän näkemyksiään matkailun tulevaisuudesta ylipäätään sekä kestävä matkailun roolista tulevaisuuden matkailussa. Käytin samaa haastattelurunkoa (Liite 3.) kaikissa haastatteluissa lukuun ottamatta Matkailulehti Mondon päätoimittajan haastattelua, jota varten muokkasinkin haastattelurunkoa hieman haastateltavan näkökulmaan sopivaksi.

3.3. Aineiston värikästä teemoittelua

Tutkimukseni aineisto koostuu kyselylomakkeilla kerätyistä kansalaisten mielipiteistä sekä haastattelemalla kerätyistä matkailualan toimijoiden näkemyksistä. Kyselylomakkeilla kerätystä aineistosta tärkeimmäksi tutkimuksen kannalta muodostuivat vastaukset avoimeen kysymykseen siitä, miten kansalaiset kestävä matkailun määrittelevät, sekä monivalintakysymykseen siitä, mitkä tekijät ovat kansalaisille tärkeitä tekijöitä matkaillessa. Analyysia varten yhdistin ensimmäisen ja toisen kyselyn aineistot niiden kysymysten osalta, jotka olivat vastaavanlaisia molemmissa kyselyissä. Toisen puolen aineistosta muodostavat haastattelut, joilla selvitin kokonaisvaltaisemmin matkailualan toimijoiden näkemyksiä kestävästä matkailusta. Seuraavaksi esittelen analyysimenetelmät, joita käytin kyselylomakkeilla ja haastattelemalla saatujen aineistojen analysoimiseen.

3.3.1. Teemoja ja prosenttiosuuksia

Tutkimukseni kannalta kyselyiden tärkein aineisto ovat avoimeen kysymykseen saadut vastaukset siitä, miten ihmiset ymmärtävät kestävä matkailun käsitteen. Kysymyksellä halusin selvittää,

miten ihmiset määrittelevät kestävän matkailun omin sanoin, ja mitä sanapari tuo heille mieleen. Avoimissa kysymyksissä vastaaja saa ilmaista itseään omin sanoin, mikä johtaa kirjavaan ja vaikeastikin käsiteltävään aineistoon (Hirsjärvi ym. 2000, 188). Avoimeen kysymykseen tuli monipuolinen joukko vastauksia. Avoimilla kysymyksillä kerätty aineisto voidaan luokitella monella tavalla. Yhtenä vaihtoehtona analysoinnille on teemoittelu. (Valli 2001a, 110.) Jaoin kyselyiden avoimella kysymyksellä saadut vastaukset kestävän matkailun määrittelystä ryhmiin teemoittelun avulla, jolloin luokittelin samaan teemaan liittyvät vastaukset samaan ryhmään. Kävin vastaukset läpi ja kirjasin ylös huomioita siitä, mihin aihealueisiin vastaukset liittyivät. Muistiinpanojen pohjalta vastauksista oli mahdollista erottaa toisistaan poikkeavia ryhmiä, joihin yksittäiset vastaukset jaoin. Niin haastattelujen kuin kyselylomakkeen avointen vastausten analyysissä voidaan koodaamalla merkitä samanlaiset vastaukset samalla tavalla (Valli 2001b, 159). Aineiston koodaamisessa voidaan käyttää esimerkiksi erilaisia merkkejä tai värikyniä (Eskola & Vastamäki 2001, 27). Kävin kyselyiden avoimet vastaukset läpi toisen kerran ja analysoin määrittelyt koodaamalla ne teemojen mukaisesti erivärisillä värikynillä. Vastaukset olivat monipuolisia ja saattoivat sisältää useita eri teemoja. Laskemalla, kuinka moni vastaus sisälsi puhetta kustakin teemasta, mahdollistin teemojen asettamisen järjestykseen sen mukaan, mihin teemaan kestävä matkailu –käsite useimmiten liitettiin (Taulukko 4.1.1).

Avoimen kysymyksen lisäksi kyselyt sisälsivät monivalintakysymyksiä, joista mielenkiintoisin ja tässä tutkimuksessa eniten käsittelemäni aineisto saatiin kysymyksellä siitä, mitkä tekijät ovat vastaajille tärkeitä matkaillessa. Monivalintakysymyksiä käytettäessä vastauksia on helpompi vertailla keskenään ja analysoida tietokoneella (Hirsjärvi ym. 2000, 188). Vastaajille matkaillessa tärkeitä tekijöitä tutkin laskemalla prosenttiosuudet siitä, kuinka moni vastaaja piti kutakin monivalintakysymyksessä vaihtoehtona ollutta tekijää tärkeänä itselleen. Prosenttiosuuksista tekemäni pylväsdiagrammi (kuva 4.1.2) osoittaa selvästi tekijöiden merkityksen vastaajille ja helpottaa niiden vertailemista keskenään. Aineiston avulla selvitin, kuinka tärkeitä annetut määreet vastaajille olivat, ja mikä niiden keskinäinen järjestys on matkaillessa tärkeänä tekijänä.

3.3.2. Litteroinneista teemoihin

Matkailualan toimijoiden näkemykset tutkimukseni aineistoksi keräsin haastattelemalla. Aineiston keruun menetelmäksi valitsin haastattelun, sillä siten pystyin varmistamaan vastaamisen sekä sain syvällisemmän käsityksen matkailualan toimijoiden näkemyksistä kestävästä matkailusta ja sen

periaatteiden merkityksistä heidän edustamiensa yritysten toiminnassa. Haastattelu on eräänlaista keskustelua, jossa haastattelijalla on kuitenkin ohjat (Hirsjärvi ym. 2000, 194). Jotta sain haastattelutilanteista luotua entistä keskustelumaisempia, nauhoitin haastattelut haastateltavien suostumuksella. Analyysia varten litteroin haastattelut. Litterointi on olennainen osa aineistoon tutustumista ja sen avulla tallennettu aineisto muuttuu helpommin hallittavaan muotoon. Litteroinnin tarkkuus määritellään tutkimusintressin ja analyysin tarkkuustason mukaan. (Ruusuvuori ym. 2010, 13–14; Ruusuvuori 2010, 275–276.) Aineiston haastattelut litteroin siten, että kirjoitin kaikki saadut vastaukset sellaisinaan kuin haastateltavat ne sanoivat.

Teemahaastatteluaineistoa voidaan analysoida teemoittelemalla ja tyypittelemällä. Teemoittelu tarkoittaa aineiston jäsentämistä teemojen mukaan ja sitten sen pelkistämistä, tyypittelyllä taas haetaan erilaisia tyypikuvauksia aineistosta. (Eskola & Vastamäki 2001, 41.) Tutkimukseni haastattelut toteutin teemahaastatteluina ja analysoin niitä teemoittelun avulla. Analyysissa litteroiduista haastatteluista etsitään yhteisiä teemoja eri haastateltavien vastauksista (Ruusuvuori 2010, 274; Valli 2001b, 159). Haastattelujen analyysissa toteutin teemoittelun systemaattisesti koodaamalla litteroidut haastattelut etsien eri haastateltavien vastauksista samoja teemoja. Haastattelut koodasin värikynillä kyselyiden avointen vastausten tapaan, jolloin löytyneet teemat merkittiin kukin omalla värillään litteroituun aineistoon.

4. Sukellus kestävän matkailun maailmaan

Tässä luvussa analysoin tutkimukseni aineistoa, joka koostuu kahdesta osasta, kysely- ja haastatteluaineistosta. Kyselyaineistolla selvitän kansalaisten mielipiteitä kestävästä matkailusta ja haastatteluaineistolla avaan matkailualan toimijoiden näkemyksiä kestävydestä matkailun alalla. Luvun ensimmäisessä osassa esittelen kyselyaineiston analyysin ja toisessa osassa haastatteluaineiston analyysin. Kyselyaineiston analyysi alkaa kestävän matkailun määrittelyiden analyysillä, jossa esittelen vastauksista teemoittelun avulla erotetut kaksitoista kategoriaa. Tämän jälkeen analysoin vastaajille matkaillessa tärkeitä tekijöitä ja lopuksi ympäristöystävällisten tekijöiden vaikutusta vastaajien matkasuunnitelmiin sekä matkailijoiden näkemyksiä omasta matkailustaan tulevaisuudessa. Analyysin toisessa osassa analysoin haastatteluaineistosta teemoittelun avulla erotettuja teemoja kestäväan matkailuun liittyen.

4.1. Määritelmiä ja tärkeitä tekijöitä kyselyistä

Kyselyaineiston analyysi koostuu kahdesta osasta, vastauksista avoimeen kysymykseen siitä, mitä ajatuksia kestävä matkailu –sanapari herättää, sekä valinnat siitä, mitkä tekijät matkaillessa ovat vastaajille tärkeitä. Avoimeen kysymykseen vastasi 612 vastaajaa ja monivalintakysymykseen 673 vastaajaa. Kestävästä matkailusta heränneet ajatukset analysoin teemoittelemalla. Luokittelin vastaukset 12 teemaan, jotka esittelen luvussa 4.1.1. Monivalintakysymyksellä etsin tietoa matkaillessa tärkeistä tekijöistä, joita analysoin niiden valitsemiskertojen mukaan.

4.1.1. Omia valintoja ja ympäröivän arvostamista

Kansalaisten mielipidettä kestävän matkailun määrittelyyn ja siihen liittyviin kriteereihin kysyttiin avoimella kysymyksellä *‘Mitä sinulle tarkoittaa kestävä matkailu? Minkälaista matkailua kestävä matkailu sinulle on, mitä sanapari tuo mieleesi?’*. Saaduista vastauksista erottui kaksitoista eri kategoriaa, joihin vastaukset jaoin. Tämä luku alkaa kategorioiden listauksella, minkä jälkeen esittelen tarkemmin nämä kaksitoista kategoriaa. Kappaleissa syvennyn siihen, mitä kategorioiden alle kuuluvat vastaukset käsittelivät. Tekstissä käytetyt kursivoidut toteamukset ovat suoria lainauksia kyselylomakkeilta vastauksista, joita saatiin avoimeen kysymykseen kestävän matkailun määrittelemisestä. Seuraavassa taulukossa on esitettynä kategoriat, joihin jaoin matkailijoiden määritelmät kestävästä matkailusta sekä prosenttiosuudet siitä, kuinka moni vastaus kategoriaan

luokiteltiin. Vastauksissa kestävää matkailua määriteltiin myös useamman eri kategorian kautta, joten yksittäinen vastaus voi olla luokiteltuna useampaan eri kategoriaan.

Luonto ja ympäristö	31 %
Omat valinnat ja oma toiminta matkoilla	30 %
Matkan luonne ja matkakohde (piirteet ja valintakriteerit)	27 %
Liikkumisen muodot ja kulkuneuvon valinta	23 %
Kestävä matkailu tuntematon käsite	18 %
Kuormituksen minimointi	18 %
Ekologisuus	16 %
Kulutus	16 %
Ajallinen kestävyys	12 %
Paikallisen kunnioittaminen ja tukeminen	11 %
Matkan tarjoamat asiat itselle	8 %
Kestävä kehitys	5 %

Taulukko 4.1.1 Kestävän matkailun määrittelyistä erottuneet teemat. (N=612)

Luonto ja ympäristö

Kysyttäessä matkailijoilta kestävän matkailun määritelmää toi sanapari useimmiten mieleen *luonnon ja ympäristön*, kun vastaajat määrittelivät kestävän matkailun tavalla tai toisella luontoa ja ympäristöä suojelevaksi. Vastaajat kertoivat kestävän matkailun olevan matkailua, joka ei kuluta, tuhoa tai pilaa ympäristöä ja luontoa.

Sellaista, missä luonto ei paljon kulu. Ei saasteita, ei kuluta luontoa vaan säästää.

Matkailua joka ei pilaa luontoa.

Vastaajille kestävä matkailu toi myös mieleen luonnon ja ympäristön säästämisen ja suojelun sekä huomioinnin.

Ympäristönsuojelua, hyvä omatunto.

Matkailua luontoa säästäen.

Lomamatka, jossa huomioidaan ympäristö ja sen ihmiset.

Lisäksi kestävä matkailu liitettiin luonto- ja ympäristöystävällisyyteen, luonnon ja ympäristön kunnioittamiseen ja arvostamiseen sekä luonnonmukaiseen matkailuun.

Luontoystävällinen matkailu. Luontoon liittyvä matkailu. Luontoa säästävä matkailu.

Luontoa ja ympäristöä kunnioittava.

Kai se jotain luonnonmukaista on varmaan.

Omat valinnat ja oma toiminta matkoilla

Kestävää matkailua määrittelevänä matkailijat mainitsivat omat valinnat ja oman toiminnan merkityksen matkustettaessa. Ajatukset kestävästä matkailusta liittyivät matkailun suunnitelmallisuuteen sekä asioihin, joihin matkailijat voivat itse vaikuttaa matkalla tai matkakohteessa.

Turvallinen ja hyvin suunniteltu matka tai matkailukohde. Kaikki mahdollinen on mietitty ja suunniteltu valmiiksi, mutta asioiden muuttamiselle ja vapaallekin ajalle on tilaa.

Ekologista, ottaa huomioon luonnon, välttelee turhaa kuluttamista, kierrättää, paikallista & luomua kannattavaa.

Matkan luonne ja matkakohde

Kyselyyn vastanneille matkailijoille kestävä matkailu toi mieleen matkan luonteen ja matkakohteen niihin liittyvien piirteiden ja valintakriteerien kautta. Vastaajat muun muassa kuvailivat kohdetta, joka heidän mielestään on, tai ei missään tapauksessa ole, kestävä. Sanapari liitettiin myös kotimaan ja lähimatkailuun sekä vastuullisiin palveluntarjoajiin. Suurin osa tähän teemaan liittyen vastanneista kertoi lähimatkailun tai kotimaan matkailun edustavan heille kestävä matkailua.

Mulle tulee lähinnä mieleen se, että se on lähimatkailua, että ei käytetä sitä lentokonetta. Ja jostain syystä mulle tulee mieleen myöskin tällainen maatilamatkailua, semmonen, ei mitään luksusta, koska ei ihminen tarvii sitä. No täytyy tietysti puhua vaan omasta puolestaan.

Ekana tuli mieleen jotenkin niinkun kotimaan matkailu, ei lentokoneella mentävä matkailu.

Matkailua Suomessa ja tutustumista Suomen kauniisiin kaupunkeihin ja nähtävyyksiin.

Kestävän matkailun ideaan liitettiin kohteen infrastruktuuriin liittyviä tekijöitä, esimerkiksi ajatuksia siitä, miten matkakohteet rakennetaan, tai minkälaiset matkakohteet eivät vastaa kestävän matkailun periaatteita. Vastaajat luettelivat myös erilaisia matkakohteen valintaan vaikuttavia kriteerejä, joihin kestävä matkailu perustuu.

Ekologisesti ja sosiaalisesti kestävästi rakennettuja matkailukohteita. Kohteissa työllistetään paikallisia ihmisiä ja tehdään yhteistyötä paikallisten (pien)yrittäjien kanssa hyödyntäen heidän palvelujaan.

Hinta laatu suhde on kohdallaan. Ideat ja kohteet laaditaan sellaiseksi, että toimivat pitkään. Ei "tähdenlentoja"

Kestävä matkailu on sitä, ettei matkusta paikkoihin, jotka kuluttavat ympäristöä (esim. hotelleihin jotka laskevat jätevetensä paikallisiin järviin).

Matkakohteeseen liittyen kestävä matkailu yhdistettiin myös palveluntarjoajien vastuullisuuteen. Vastaajien mielestä palveluntarjoajien tulisi huolehtia ympäristöstään ja toimia kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti. Eniten vastuullinen toiminta yhdistettiin nimenomaan majoituspalvelujen tarjoajien toimintaan. Kestävän matkailun katsottiin myös tarkoittavan laadukasta ja tasokasta matkailua sekä matkakohteita.

Matkailuyritysten oma jätteen käsittely/lajittelu, energiankäyttö yms. suunniteltu kierrätys. Ei kertakäyttökulttuuria.

Luontoa ei kuormiteta tarpeettomasti. Hotelli huomioi ympäristötekijät, - ei tarpeetonta lakananvaihtoa - tarjolla lähiruokaa.

Matkakohteen/kohteiden tason säilyttäminen. Ihmisystävällisyys, tunnelma ym. Turvallisuuden tunne. Kehittäminen, mutta maltilla.

Liikkumisen muodot ja kulkuneuvon valinta

Erilaiset liikkumisen tavat ja kulkuneuvon valinta tulivat vastaajille mieleen kysyttäessä kestävän matkailun määritelmää. Vastauksissa erilaisia kulkuneuvoja arvioitiin muun muassa vertailemalla niiden ympäristöystävällisyyttä ja saastuttavuutta. Liikkuminen on yksi matkailun perusteista ja myös matkailijat näkivät sen tärkeänä kriteerinä kestävän matkailun määrittelyssä. Eniten kulkuneuvoista sanapari yhdistettiin julkisiin liikennevälineisiin ja joukkoliikenteeseen sekä lentämisen välttämiseen matkustusmuotona.

Liikutaan esim. julkisilla kulkuneuvoilla eikä omalla autolla. Hotellissa ei vaihdeta joka päivä pyyhettä... Mitä se nyt ois.

Joukkoliikenteen suosimista, ei lennä koko ajan. Ympäristön huomioimista ja arvostamista.

Lentämistä vältetään. Matkakohteessa ei tuoteta turhaa roskaa.

Ilman lentokoneita, kotimaan matkailu tulee enemmän mieleen, lähiseuduilla.

Matkustamisen muodoista myös junamatkailu liitettiin kestävään matkailuun. Sanapari toi vastaajille mieleen lisäksi liikkumisen pyörällä matkustettaessa.

Ihan ensimmäisenä tulee mieleen, että pysy kotona, mutta ehkä mä sitten kuitenkin junalla lähtisin liikkeelle.

Junamatkailu. Tehdään enemmän viihtyvyyden kuin lyhyiden asioiden vuoksi, esim. hyvät ravintolat.

Pyöräily, samoileminen, kaikki, missä liikutaan kauramoottorilla eikä tehdä jätettä.

Matkailu kotimaassa, lisäksi lähimatkailua mielellään välimatkat siirtyen pyörillä.

Kulkuneuvon valintaan liittyen vastaajat yhdistivät kestävän matkailun myös muun muassa liikkumiseen kävellen. Autot kulkuneuvoina maininneille sanapari edusti lähinnä autotonta tai yksityisautoilua välttävää matkustamista. Ylipäättään kestävän matkailun kriteereinä pidettiin ympäristöystävällisen kulkuneuvon valintaa ja matkustusmuotojen harkitsemista osana matkailua.

Harvoin, mutta tasokkaasti. Kävellen paljon. Kaupunkilomia, ei uusia rakennuksia tms.

Ei mitään. Ei kauheasti käytä autoa.

Kestävä matkailu käsittää matkustuksen ympäristöystävällisiä kulkuneuvoja käyttäen sekä majoituksen ja elämisen matkakohteessa kestävästi.

Miten sanoisin sen lyhyesti. Mietitään vähän, että millä matkustaa.

Kestävä matkailu tuntematon käsite vastaajille

Kestävän matkailun määrittelemisen hankaluuden vahvistivat myös matkailijat, sillä vajaalle viidesosalle kyselyyn vastanneista kestävä matkailu oli tuntematon käsite. Tähän teemaan lukeutuvat vastaukset jakautuivat kolmeen osaan, joissa joko vastauskohta jätettiin tyhjäksi, todettiin, ettei sanaparista tule mitään mieleen, tai tyhjän ensivaikutelman jälkeen keksittiin kuitenkin jotain kestäväään matkailuun liittyvää. Kolmasosa tämän teeman alle kuuluvista vastaajista ei siis vastannut kysymykseen mitään, mikä voi myös kertoa siitä, etteivät he ole halunneet tai viitsineet vastata kysymykseen. Toiselle kolmasosalle tämän teeman vastaajista sanapari ei tuonut mitään mieleen. He eivät osanneet sanoa mitään kestävän matkailun määrittelemiseksi.

Ei tuu nyt oikein mitään mieleen.

Viimeinen kolmasosa tähän teemaan kuuluvista vastaajista ei ensin osannut sanoa mitään tai heidän mielestään sanaparia oli hankala määritellä, mutta sanoivat kuitenkin joitain määreitä kestävä matkailua kuvaamaan.

Kestävä matkailu ei ole tuttua. Sanapari tuo mieleen ristiriidan sillä yleensä matkailu on kaukana mistään kestävästä/ekologisesta.

Aika outo termi, ei tule kyllä mitään mieleen. Liittyykö ekologisuuteen?

Kuormituksen minimointi

Yhdeksi kestävästä matkailusta määritteleväksi teemaksi muodostui kuormituksen minimointi. Vastaajat kuvailivat kestävästä matkailusta matkailuksi, joka kuormittaa luontoa ja ympäristöä mahdollisimman vähän, ja jonka käytäntöihin kuuluvat sekä toimiva jätehuolto että roskaamisen välttäminen. Myös hiilijalanjäljen pienenä pitäminen ja vähäinen saastuttaminen nähtiin kestävästä matkailusta määrittävinä. Suurimmalle osalle tähän teemaan liittyen tuli sanaparista mieleen jätteet. Kestävän matkailun käytäntöihin luettiin kuuluvaksi roskaamisen välttäminen sekä kierrätyksestä ja jätehuollosta huolehtiminen.

Jätteiden kierrätystä eli matkailija katsoo ettei turhaan roskaa jne...

Sen roskan minkä viet ulkomaille, tuot saman takaisin. Ei saa roskata alueita, joiden jätehuolto ei toimi niin hyvin kuin Suomessa.

Ekologista matkailua, kierrätystä ja hyviä jätejärjestelyjä.

Kestävä matkailu toi vastaajille mieleen myös lähinnä luontoon ja ympäristöön kohdistuvan kuormituksen ja rasituksen vähentämisen.

Kestävä matkailu tarkoittaa sitä, että matkailu ei kuormita paljon ympäristöä ja että se on ekologisesti mahdollisimman tehokasta.

Ettei rasita luontoa turhaan ja ei ole krääsää vaan laatua.

Päästöt ja tuotteiden hiilijalanjäljet ovat olleet esillä yhteiskunnallisessa keskustelussa. Myös vastauksissa päästöjen ja saastuttavuuden välttäminen sekä alhainen hiilijalanjälki nähtiin kestävästä matkailusta kuvaavana.

Ekomatkailua. Ei turhaa saastuttamista.

Matkailu, jonka hiilijalanjälki on pieni. Matkailu, jossa samalla kerralla hoidetaan useita asioita vapaa-ajan ja työn merkeissä tai käydään useissa saman suunnan paikoissa. Matkailu, jossa opitaan kenties jotain samalla.

Ekologisuus

Ekologisesti kestävä matkailu korostui myös matkailijoiden näkemyksissä, kun vastaajat yhdistivät kestävä matkailun kirjaimellisesti yhteen sen alalajiin, ekologisuuteen. Vastaajat käyttivät ekologista matkailua, ekologisia valintoja ja ekomatkoja kestävä matkailua kuvaavina kriteereinä.

Ekologista matkailua, ympäristön ja luonnon huomioonottamista/kunnioittamista.

Ekologiset valinnat matkustamisessa ja aktiviteeteissä ym. turismi, joka ei tuhoa luontoa.

Ekologisesti kestävä matkailu. Yritetään pitää tämä pallo kasassa samalla kun matkustetaan.

Ekomatkailua. Ei turhaa saastuttamista.

Kulutus

Matkailu yleensä sisältää tavalla tai toisella kuluttamista, mikä nousi esille myös vastauksissa, kun kestävä matkailua kuvailtiin kulutuksen järkevöittämisen, luonnonvarojen kunnioittamisen ja taloudellisten aspektien kautta. Ennen kaikkea kulutuksen ja tuhlaamisen välttäminen sekä järkevä kulutus nähtiin kestävä matkailun kriteereinä.

Matkailua ilman tuhlausta ja krääsää - ekologista tapaa.

Järkevää kuluttamista ja suunniteltuja siirtymisiä.

Vastauksissa kestäväksi matkailuksi kuvailtiin matkailua, joka kuluttamisen sijaan kunnioittaa luonnonvaroja sekä panostaa järkevään energian kulutukseen. Lisäksi sanapari yhdistettiin taloudellisiin seikkoihin.

Matkailua, joka ei kuluta luonnonvaroja tuhlailevasti eikä uhkaa alkuperäisluontoa tai -elinkeinoa.

Matkailua energiaa tuhlaamatta, luontoa tuhoamatta ja ilmastoa saastuttamatta.

Taloudellista ja luontoa tuhoamatonta matkailua.

Ajallinen kestävyys

Kestävä matkailu toi osalle vastaajista mieleen matkailun ajallisen kestävyys, kun sanaparin kuvailtiin tarkoittavan palveluiden pysyvyyttä ja pitkäikäisyyttä, matkan pitkää kestoja sekä toistuvuutta matkailussa. Kestävän matkailun kriteerinä pidettiin matkailun toistuvuutta, kun käsitteen kuvailtiin tarkoittavan usein, harvoin tai jatkuvasti toistuvaa matkailua.

Kohde, mihin voi tulla uudelleen. Kohde, joka kestää matkailun rasitteet ekologisesti ja ympäristöä tuhoamatta.

Jokavuotista, odotettua rentoutusta.

Jatkuvaa matkustelua, tutustumista eri paikkoihin. Erilaisia vaihtoehtoja.

”Kestävä” sanana yhdistettiin vastauksissa ajalliseen ulottuvuuteen. Matkustamisen kesto liitettiin kestäväan matkailuun, kun sen kuvailtiin kestävan pitkän aikaa.

Sitä, että tehdään pitkä matka eikä lyhyitä. Aurinkopäivä.

Ajallinen kesto, joukkoliikennevälineet, kotimaan matkailu.

Pitkäikäisyys on yksi kestävyys synonyymi. Palveluiden ja toiminnan pysyvyys sekä pitkäikäisyys nähtiin myös kestävan matkailun kriteereinä.

Vuoden ympäri avoinna olevaa matkailukohdetta. Ei siis kausiluonteista.

Matkakohteet kestää useita vuosia ja monia käyttäjiä.

Paikallisen kunnioittaminen ja tukeminen

Paikallisuus osana kestäväa matkailua nousi esille vastauksissa, kun matkailijat kokivat olennaiseksi kestäväa matkailua määrittäväksi tekijäksi paikallisen kunnioittamisen, huomioimisen ja tukemisen sekä paikallisten tuotteiden suosimisen ja alkuperäisen säilyttämisen. Paikallisuuden teema voidaan jakaa kahteen ryhmään, paikallisen kunnioittamiseen ja paikallisen suosimiseen. Ensimmäisessä ryhmässä kestävä matkailu määriteltiin matkailuksi, joka ei tuhoa tai uhkaa alkuperäistä paikallista vaan huomioi, kunnioittaa ja säästää sitä.

Kestävä matkailu ei tuhoa paikallista luontoa, ympäristöä eikä kulttuuria.

Suositaan julkisia kulkuvälineitä & paikallisia tuotteita. Otetaan matkustuskohteen ihmiset, tavat ja toiminnot huomioon.

Kestävä matkailu kunnioittaa luonnonvaroja. Tärkeintä mielestäni on paikallisten ja heidän elinympäristönsä kunnioittaminen (myös eläinten ja kasvien.)

Toiseen ryhmään kuuluvissa kriteereissä kestävä matkailu nähtiin matkailuna, joka suosii ja kannattaa sekä tukee ja hyödyntää paikallisuutta. Kestävän matkailun kriteeriksi nostettiin myös lähituotteet.

Myös maailmalla matkaillessa muistaa, ettei esim. vettä tarvitse tuhata mielettömästi, vaan tuo kotoa tutut säästävät elintavat mukanaan. Kannattaa mieluummin suosia pieniä paikallisia yrityksiä kun suuria monikansallisia, jolloin raha jää kohdepaikkakunnan asukkaiden käyttöön eikä ahneen riistäjäporvarin taskuun.

Kestävä matkailu suosii energiatehokkaita liikennemuotoja sekä tukee paikallisten asukkaiden elinkeinoja.

Matkustustavat sellaisia, ettei rasita luontoa. Pyyheliina-systeemit. Hyödynnetään paikallisia olosuhteita, elintarvikkeita ja paikallisten palveluita.

Perustuu ympäristöarvoihin, ei kuluta, käyttää lähituotantoa.

Matkan tarjoamat asiat itselle

Kestävää matkailua määrittäviksi kriteereiksi matkailijat yhdistivät matkan tarjoamat asiat matkailijoille. Vastaajat kokivat kestävä matkailun tarkoittavan matkailua, joka tarjoaa matkailijalle itselleen esimerkiksi rentoutusta, turvallisuutta ja elämyksiä.

Rentouttavaa, uusia kokemuksia, erilaisia kohteita ja kulttuuria.

Turvallista ja terveellistä, itselle ja ympäristölle.

Elämyksiä, vaihtelua arkirutiineihin, kulttuuria, maisemia, ihmisiä.

Ehkä siitä pitäis jäädä jotain käteen siitä reissusta. Tulee mieleen ekologia, ei roskata. Safari tulee mieleen.

Kestävä kehitys

Käsitteenä kestävä matkailun yhteys kestäväan kehitykseen, josta se on johdettu, oli osalle vastaajista ilmeinen, kun kestävä matkailu määriteltiin suoraan kestäväan kehityksen kautta.

Luontoa säästään, luontoarvoja ajatellen tapahtuvaa matkailua. Kestäväan kehityksen periaatteiden mukaisesti, ei tuhlailla. Ajateltua ja järkevästi toteutettua matkailua.

Varmaan se liittyy kestäväan kehitykseen eli ekologisuus diibadaaba vihreet arvot jne.

4.1.2. Helppous ja hinta muita matkailun tekijöitä johtamassa

Kyselyaineiston avulla selvitin, mitkä tekijät ovat kansalaisille tärkeitä matkustettaessa. Tärkeitä tekijöitä kysyttiin monivalintakysymyksellä, johon oli listattu 20 määrettä, joista vastaajien oli mahdollista merkitä kaikki itselle matkaillessa tärkeät tekijät. Määreet perustuivat kirjallisuuteen matkailun tekijöistä ja kestävästä matkailusta. Koska tutkimus keskittyy nimenomaisesti kestäväan matkailuun, valittiin listaan pääasiassa siihen viittaavia määreitä. Näin ollen listasta jäi pois tekijöitä, jotka ovat olennaisia matkailun kannalta, mutta joiden tutkiminen ei olisi tuottanut tähän tutkimukseen lisäarvoa. Vastaajien oli mahdollista valita listasta useampia tekijöitä kuin yksi. Tästä johtuen vastaajien valitsemien tekijöiden määrä ei ollut vakio, vaan vastaajat valitsivat vaihtelevia määriä tekijöitä kuvaamaan heille tärkeitä asioita matkaillessa. Aineiston perusteella ei voida sanoa, mitkä tekijöistä olisivat vastaajille tärkeimpiä tai mihin järjestykseen tekijät vastaajien mieltymyksissä sijoittuvat. Aineiston avulla saadaan selville se, kuinka suurelle joukolle vastaajista yksittäiset tekijät ovat ylipäättään tärkeitä matkaillessa. Valittavia tekijöitä olivat: *julkisten liikennevälineiden suosiminen, matkareittien suunnittelu etukäteen, paikallisten palveluiden suosiminen, kulttuuris-historiallisen ympäristön säilyttäminen, hiilijalanjäljen pienenä pitäminen, lähikohteiden suosiminen, ympäristöystävällisen majoituksen valinta, paikallisen kulttuurin ja tapojen huomioiminen, helppous, vaivattomuus, stressittömyys, matkustamisen hinta, kävelyn ja pyöräilyn suosiminen, itselle uusi matkakohde, yksilöllisyys ja omannäköisyys, lyhyt matkustusaika, ympäristökuormituksen minimointi, luonnon suojeleminen kohteessa, vastuullisten toimijoiden suosiminen, matkustusmukavuus, tuttu matkakohde sekä spontaanius ja yllätyksellisyys.* Lisäksi vastaajien oli mahdollista kirjoittaa 'muut, mitkä?' -kohtaan listasta puuttunut omaan matkailuun vaikuttava tekijä. Kuvassa 4.1. on esitettynä näiden tekijöiden merkittävyys matkailijoille

matkustettaessa. Kuvassa on yhdistettynä molemmilla kyselyillä saadut aineistot, jolloin kysymykseen vastanneita on yhteensä 673 vastaajaa.



Kuva 4.1.2. Kansalaisille tärkeät tekijät matkustettaessa (ensimmäisen ja toisen kyselyn aineisto).

Yleisimmäksi matkaillessa tärkeäksi tekijäksi nousi kyselyissä *matkustamisen hinta*, kun 57 % vastaajista merkitsi matkustamisen hinnan yhdeksi itselle tärkeäksi tekijäksi matkustettaessa. Kyselyiden tekoaikaan Suomessakin vahvasti vaikuttanut talouden taantuma on varmasti yksi tekijä selittämään hinnan merkittävyyttä matkailijoille. Hintojen nousu on ollut kuuma aihe yhteiskunnallisissa keskusteluissa jo useamman vuoden ajan ja hintaa on tyypillisesti pidetty tämän päivän kuluttajia ohjaavana tekijänä. Tutkimusta varten toteuttamissani haastatteluissa matkailualan toimijoista kaksi nosti hinnan esille matkailijoihin vaikuttavana tekijänä.

Se on mun mielestä edelleen vähän sillain, että suomalaiset matkailijat on siitä (ympäristöasiat) keskimäärin tosi kiinnostuneen oloisia, ja sen perään kysellään ja ihmiset mielellään kertoo, että he tekee ekologisia valintoja, mutta sitten, kuten niin monessa muussakin asiassa, niin sitten käytännön kokemuksesta tuntuu, että

ihmisten valintoja sitten kuitenkin määrittää eniten hinta myös matkailussa.

(Haastateltava 4.)

Vaikka hinnan merkitystä matkailijoiden valinnoissa korostetaan herkästi, ei sen rooli muihin tekijöihin nähden ole ylivoimainen. Tähän antaa viitteitä myös ensimmäisen kyselyn yhteydessä toteutettu tekijöiden tärkeysjärjestyslistaus, jossa alle sata vastaajaa merkitsi valitsemistaan tekijöistä numeroin kolme tärkeintä. Vertailussa hinnan merkitsi tärkeimmäksi omaan matkailuun vaikuttavaksi tekijäksi ainoastaan kahdeksan vastaajaa. Myös se, että hinnan valitsemiskerrat (kuva 4.1.2) eivät selkeästi eroa muiden eniten merkintöjä saaneiden tekijöiden osuuksista, kertoo siitä, ettei hinta ole ainoa matkailijoille merkittävä tekijä.

Prosentuaalisesti lähes yhtä moni vastaaja piti *helppoutta, vaivattomuutta ja stressittömyyttä* itselleen tärkeinä matkaillessa. Useille arjessaan stressistä kärsiville, matkailu tarkoittaa lomaa, jolloin vapaudutaan arkisista stressin aiheista. Ihmiset ovat tottuneet palveluun, mikä ilmenee siinä, että myös matkaillessa ja erityisesti lomalla ihmiset arvostavat helppoutta ja vaivattomuutta. Kun arkea pyörittäessään ihmiset hoitavat kaiken itse, arvostavat he matkustaessaan sitä, että asioita hoidetaan heidän puolestaan. Lomalla olevat matkailijat eivät välttämättä halua itse valmistaa ruokaa, kuten joka arkipäivä kotona ja työmatkalla olevat haluavat kiireisen aikataulunsa vuoksi, että kulkuyhteyksissä ja hotellissa asiat sujuvat vaivattomasti. Ihmisten mukavuuden halun lisääntymisestä kertoo se, että 37 % vastaajista merkitsi *matkustusmukavuuden* itselleen tärkeäksi tekijäksi matkaillessa. Usein kestävän matkailun ajatellaan viittaavan matkailuun, jossa nimenomaan mukavuudesta ja niin sanotusta luksuksesta tingitään. Matkailijoille pitäisikin pystyä osoittamaan se, että kestävä matkailu ei automaattisesti tarkoita epämukavia käytäntöjä ja luksusta voidaan pitää yllä ilman materiaalien tuhlausta.

Lähes puolet vastaajista merkitsi matkaillessa itselleen tärkeiksi tekijöiksi *paikallisen kulttuurin ja tapojen huomioimisen* sekä *paikallisten palveluiden suosimisen*. Nämä kaksi tekijää kertovat ihmisten kiinnostuksesta sosiaalista ja kulttuurista kestävyyttä edistäviä toimia kohtaan. Vaikka matkailijat sanovat haluavansa suosia paikallisia palveluita, ei se välttämättä kuitenkaan tarkoita sitä, että he juuri näin tekisivät. Toisinaan matkailijan voi olla vaikeata tietää, mitkä tarjotuista palveluista todella tukevat paikallisia, ja mistä rahat virtaavat suurille ylikansallisille toimijoille. Kulttuurisen kestävyuden säilyttämiseen voidaan myös liittää tekijä *kulttuuris-historiallisen ympäristön säilyttäminen*, minkä kolmannes vastaajista valitsi itselleen tärkeäksi tekijäksi.

Vastaajat pitivät siis tärkeänä sitä, että historialliset kohteet ja nähtävyydet säilyvät myös tuleville sukupolville.

Suomalaisten matkailun kohdalla puhutaan usein siitä, kuinka tutut matkakohteet pitävät pintansa matkailijoiden suosikkeina vuodesta toiseen, kun samat ihmiset matkustavat vuosittain samoihin kohteisiin. Tämän tutkimuksen kyselyt kertovat kuitenkin osaltaan tämän käsityksen vanhentumisesta. Kyselyissä vain neljälle prosentille vastaajista *tuttu matkakohde* oli tärkeä tekijä matkaillessa, kun sen sijaan 47 % vastaajista ilmoitti *itselle uuden matkakohteen* tärkeäksi matkaillessa. Tämän päivän matkailijat haluavat siis kokea itselle uusia asioita ja nähdä uutta matkaillessaan. Halu kokea uutta voidaan nähdä positiivisena asiana kestävämpien matkailukäytäntöjen kannalta. Se, että matkailu toteutetaan kestävästi, voi tarkoittaa uusia käytäntöjä ja tapoja matkailun alalla. Kiinnostus uusia asioita kohtaan helpottaa ihmisten kynnystä sopeutua uusiin tapoihin ja kohteisiin. Toki uuden kokeminen pitäisi olla sopusoinnussa aiemmin mainittuihin tekijöihin, matkustamisen hintaan sekä helppouteen, vaivattomuuteen ja stressittömyyteen. Matkakohteiden katsotaan usein myös heijastavan matkojen yksilöllisyyttä. Kyselyissä viidesosa vastaajista piti itselleen tärkeänä tekijänä matkaillessa *yksilöllisyyttä ja omannäköisyyttä*. Ihmisten yhä lisääntyvästä yksilöllisyyden tavoittelusta on puhuttu paljon. Kyselyihin vastanneiden keskuudessa se ei kuitenkaan näyttäytynyt yleisimpien matkaillessa tärkeiden tekijöiden joukossa.

Matkareittien suunnittelu etukäteen kertoo siitä, että matkailijat ainakin jossain määrin pohtivat eri vaihtoehtoja ja suunnittelevat matkojansa. Kyselyissä matkareittien suunnittelua etukäteen piti tärkeänä 40 % vastaajista. Suunnittelu mahdollistaa myös kestävämpien vaihtoehtojen huomioimisen. Esteenä kestävämmille toimintatavoille mainitaan usein se, että kestävästi toimiminen vaatii liikaa suunnittelua ja pohtimista. Matkareittien suunnittelu kertoo kuitenkin siitä, että matkailijat miettivät etukäteen matkojaan ja näin ollen esteitä sille, että myös kestävämpiä vaihtoehtoja pohditaan muiden mukana, ei näyttäisi olevan. Suunnitelmallisuutta ihmisiltä matkojen suhteen löytyy, haasteena onkin saada myös kestävämpään matkailuun johtavat vaihtoehdot mukaan. Suunnitelmallisuuden vastakohtana voidaan pitää *spontaaniutta ja yllätyksellisyyttä*, minkä merkitsi itselleen tärkeäksi tekijäksi matkaillessa joka neljäs vastaaja. Kaikkea matkailijat eivät siis halua suunnitella ja arvaamattomuudelle halutaan jättää tilaa. Suunnitelmallisuus ja spontaanius eivät välttämättä sulje toisiaan pois – osa matkasta, esimerkiksi

matkareitti, voidaan suunnitella etukäteen, mutta tekemiset itse kohteessa jättää yllätyksellisyyden varaan.

Liikkumiseen liittyen lähes kolmannes vastaajista ilmoitti matkaillessa itselleen tärkeäksi *julkisten liikennevälineiden suosimisen* ja joka neljäs vastaaja *kävelyn ja pyöräilyn suosimisen*. Liikkuminen on yksi matkailun määritelmän edellytyksistä ja liikkumisen muodot vaikuttavat matkailun kestävyyskokonaisuuteen merkittävästi. Julkisten liikennevälineiden käyttö sekä kävely ja pyöräily ovat esimerkkejä kestävämmistä liikkumisen muodoista ja se, että osa matkailijoista mainitsee niiden suosimisen itselle tärkeänä matkaillessa, viittaa siihen, että liikkumisen muotoihin kiinnitetään huomiota. Ovatko nämä liikkumisen muodot tärkeitä hinnan vai niiden ympäristöystävällisyyden mukaan, on toinen asia.

Ekologiseen kestävyyskiinnitetään useimmiten huomiota luonnonsuojelun kautta. *Luonnon suojelemisen kohteessa* merkitsi itselleen tärkeäksi matkaillessa joka neljäs vastaaja. Sen sijaan ympäristökuormituksen minimointia piti itselle tärkeänä vain 15 % vastaajista. Eroa saattaa selittää myös se, että luonnonsuojelu on vakiintunut termi, minkä kaikki ymmärtävät, kun taas ympäristökuormituksen minimointi voi olla vaikea tekijä liittää omiin vaikutusmahdollisuuksiin. Kuten aiemmin totesin, ihmiset haluavat matkailun olevan helppoa. Tällöin palveluntarjoaja tekee usein asioita matkailijoiden puolesta. Se, tekevätkö palveluntarjoajat nämä asiat vastuullisesti vai ei, riippuu paitsi itse palveluntarjoajasta myös matkailijoista, jotka valinnoillaan ohjaavat kysyntää. Keskustelua on myös matkailualalla syntynyt siitä, valitsevatko ihmiset kestävämpiä tuotteita ja palveluita vai eivät. Kyselyissä viidesosa vastaajista piti itselleen tärkeänä matkaillessa *vastuullisten toimijoiden suosimista*. Sen sijaan tarkemmin vastuullisia toimijoita kuvaavan tekijän, *ympäristöystävällisen majoituksen valinnan*, koki itselleen tärkeänä vain 14 % vastaajista. 15 % vastaajista piti tärkeänä *hiilijalanjäljen pienenä pitämistä* matkaillessaan. Hiilijalanjäljen valintaa itselle tärkeäksi tekijäksi voi selittää se, että hiilijalanjälki on ollut mukana yhteiskunnallisessa keskustelussa ja näin ollen se on tullut terminä tutuksi ihmisille. Välttämättä ihmisille ei kuitenkaan ole selvää, millä kaikilla tavoilla omaan hiilijalanjälkeensä voi vaikuttaa. Matkailijat mahdollisesti haluavat sanoa hiilijalanjäljen olevan heille tärkeä, vaikka sen pienenä pitäminen ei heidän teoissaan näkyisikään.

Toisen kyselyn lopuksi vastaajilta kysyttiin avoimella kysymyksellä sitä, millaisena he näkevät matkailunsa lähitulevaisuudessa. 502 vastaajasta lähes kolmasosa mainitsi vastauksessaan

matkustamisen kotimaassa. Kyselyissä itselle matkaillessa tärkeäksi tekijäksi *lähikohteiden suosimisen* merkitsi ainoastaan 19 % vastaajista. Mahdollisesti vastaajat yhdistivät käytetyn termin ”lähikohteet” tarkoittamaan ainoastaan oman asuinpaikkansa lähialueita ja siitä syntyivät erot kotimaan matkailun ja lähikohteiden suosimisen välillä. Myöskään *lyhyttä matkustusaikaa* vastaajat eivät pitäneet kovin tärkeänä tekijänä matkaillessa. Toisaalta kysymys matkustusajasta saatetaan yhdistää ainoastaan ulkomaan matkoihin, jolloin kyselyiden perusteella voidaan todeta, ettei lyhyt matkustusaika ole vastaajille merkittävä tekijä.

4.1.3. Ympäristöystävällisyys matkailua määrittämässä

Toisen kyselyn avulla selvitin lisäksi ympäristöystävällisten tekijöiden vaikutusta matkailijoiden matkasuunnitelmiin. Kyselylomakkeella (Liite 2.) vastaajilta kysyttiin *’Vaikuttavatko ympäristöystävälliset tekijät matkasuunnitelmiisi?’*. Vaikka kestävyys matkailussa tarkoittaa muutakin kuin ekologista kestävyyttä ja ympäristöystävällisyyttä, kysyttiin kyselylomakkeella juuri tätä, sillä kysymys kestävien tekijöiden tai kestävyiden vaikutuksesta olisi voinut olla vastaajille epäselvä tai hankala ymmärtää. Kyselylomakkeella vastaajille annettiin valmiit vastausvaihtoehdot sekä mahdollisuus kirjoittaa, miten nämä tekijät matkasuunnitelmiin vaikuttavat. 502 vastaajan aineistosta 13 % vastaajista kertoi ympäristöystävällisten tekijöiden vaikuttavan matkasuunnitelmiinsa paljon ja 58 % vaikuttavan jonkin verran. 21 % vastaajista ilmoitti etteivät ympäristöystävälliset tekijät juurikaan vaikuta, ja 4 % etteivät vaikuta ollenkaan heidän matkasuunnitelmiinsa. 4 % vastaajista ei osannut vastata kysymykseen. Vaikka yhteensä 71 % vastaajista koki ympäristöystävällisten tekijöiden vaikuttavan matkasuunnitelmiinsa jonkin verran tai paljon, ei tämä välttämättä tarkoita sitä, että he matkailisivat ympäristöystävällisesti. Ympäristötietoisuus ei aina välttämättä välity ihmisten tekoihin (Harju-Autti 2011). Vastausten luotettavuutta saattaa heikentää ihmisten taipumus antaa sosiaalisesti suotavia vastauksia (Hirsjärvi ym. 2000, 193). Ihmiset haluavat sanoa ympäristöystävällisten tekijöiden olevan tärkeitä, vaikka näin ei välttämättä olisikaan. Ympäristöystävällisten tekijöiden koettiin vaikuttavan matkasuunnitelmiin muun muassa kulkuvälineen valinnassa, matkakohteen valinnassa, omissa teoissa matkalla, paikallisen suosimisessa sekä luonnon huomioimisessa.

Toisen kyselyn lopuksi vastaajilta kysyttiin heidän näkemyksiään omasta matkailustaan lähitulevaisuudessa. 502 vastaajan joukosta 31 % mainitsi lähitulevaisuuden matkailussaan kotimaan matkailun, kun 18 % vastaajista mainitsi ulkomaan matkailun. Osa vastaajista kertoi

lähitulevaisuudessa matkustavansa sekä kotimaassa että ulkomailla. 12 % vastaajista arvioi matkailunsa pysyvän samana, 8 % matkailunsa lisääntyvän ja 5 % matkailunsa vähenevän.

4.2. Tehdään, mitä voidaan kestävän matkailun hyväksi

Haastattelin matkailualan yritysten edustajia heidän näkemyksistään kestävästä matkailusta ja siihen liittyvistä kriteereistä. Haastatteluista nousi esille erillisiä teemoja, joista haastateltavat puhuivat kestäväan matkailuun liittyen. Kuten kansalaisia kyselyillä, myös matkailualan toimijoita pyysin *määrittelemään kestävän matkailun* oman yrityksensä näkökulmasta sekä pohtimaan *tekijöitä, joiden he näkevät edustavan kestäväa matkailua*. Kestävästä matkailusta keskusteltaessa haastatteluissa nousi esille *reittejä ja keinoja, joiden avulla matkailua saataisiin kehitettyä kestävämpään suuntaan*. Haastateltavat nostivat myös esille *esteitä, jotka matkailualalla tukkivat tietä kestävämpään toimintaan*. Halu toimia kestävan kehityksen mukaisesti on lähtöisin jostain tahosta tai asiasta. Matkailualan toimijat nostivat haastatteluissa esille *motiiveja ja virikkeitä kestävan matkailun mukaiselle toiminnalle sekä pohtivat kestävan toiminnan merkitystä*.

Matkailualan toimijat ovat työnsä kautta tekemisissä matkailijoiden kanssa. Tästä syystä kysyin matkailualan toimijoilta heidän omia kokemuksiaan *matkailijoiden kiinnostuksesta ja ihmisten asenteista matkailun kestäviin tekijöihin*. Yhteistyö muiden toimijoiden kanssa nousi esille haastatteluissa. Haastateltavat puhuivat yhteistyön merkityksestä sekä yhteistyökumppaneiden valintaan liittyvistä kriteereistä. Yrityksen viestintä saa asiat näkyväksi niin yrityksen sisäisesti kuin ulkoisesti. Tiedustelin haastateltavilta *kestävyyden roolia heidän omassa viestinnässään ja omien kestävien toimien näkymistä*. Lopuksi pyysin haastateltavia omien kokemustensa kautta visioimaan *niin matkailun kuin kestävan matkailun tulevaisuutta*. Seuraavissa alaluvuissa avaan haastatteluaineistosta nousseita teemoja. Kursivoidut sitaatit ovat suoria lainauksia haastateltavien puheesta.

4.2.1. Ekologisen ja sosiaalisen kautta kestävyiden tasapainoon

Matkailualan toimijat korostivat omien tekojen merkitystä kestävan matkailun toteutumiseksi. Haastateltavien mielestä matkailualan toimijoiden tulee ottaa kestävan matkailun periaatteet huomioon kaikessa toiminnassaan ja heidän mielestään tärkeintä on se, että yritykset tekevät sen minkä pystyvät, niin hyvin kuin pystyvät. Kestävan matkailun nähtiin koostuvan pienistä asioista.

No se (kestävä matkailu) on juuri sitä, että tehdään se mikä voidaan ja otetaan se niin kun yritystoiminnassa ja liiketoimintapäätöksiä tehtäessä koko ajan huomioon.
(Haastateltava 1.)

Haastateltavat erittelivät kestävän matkailun käsitettä sen alakäsitteisiin. Ekologisen näkökulman korostuminen muiden kestävyiden näkökulmien kustannuksella huomioitiin ja haastateltavat painottivat kestävyiden sisältävän muutakin kuin ekologisen näkökulman.

Mun mielestä ensinnäkin kestävä matkailu on enemmän kuin pelkästään se ekologisuus. Se on siis taloudellisesti, kulttuurisesti, sosiaalisesti kestävä.
(Haastateltava 2.)

Toki myös ympäristö-näkökohta huomioitiin kestävyiden yhtenä alueena, mutta osa-alueiden tasapuolisuutta painotettiin. Kestävän matkailun ajatukseen haastateltavat liittivät sosiaalisen kestävyiden alle lukeutuvia asioita. Haastatteluissa nousivat esille eettiset valinnat kestävän matkailun osana. Paikallisen suosiminen ja näin ollen tulovirtojen jättäminen paikallisille asukkaille nähtiin kestävässä matkailuun kuuluvaksi.

Usein varsinkin köyhissä maissa isot hotellit ja all inclusive –paikat ovat kansainvälisten hotellifirmojen omistuksessa ja niistä tavallaan, totta kai heillä töissä olevat paikalliset saavat siitä tuloja, mutta se koko all inclusiven konseptihan on se, että sieltä ei tarvitse sieltä alueelta lähteä yhtään mihinkään koko loman aikana, jolloin tavallaan ne paikalliset yrittäjät ei saa siitä matkailijoiden virrasta yhtään mitään tuloja, ja tää ei oo kovinkaan kestävä. (Haastateltava 4.)

Sosiaalista kestävyttä edustivat haastatteluissa myös työntekijöiden ja asiakkaiden hyvinvoinnista huolehtiminen, mikä koettiin oleelliseksi osaksi kestävässä matkailu.

Ja ehkä se on juuri sitä, ... että siihen (kestävyyteen) kuuluu myöskin työhyvinvointi muun muassa hyvin vahvasti mukana. (Haastateltava 7.)

Haastateltavat puhuivat taloudellisesta kestävydestä yritystoiminnan perusteena. Kestävän yritystoiminnan katsottiin perustuvan enemmän tulorahoitukselle kuin lainarahoitukselle, ja kestävän ajattelun yritystoiminnassa pohjautuvan kvartaalitalouden tuloksen sijaan pidemmän aikavälin tarkasteluun.

Ei tämä ole, että me tehtäisi kvartaalissa tietty tulos ja seuraava kvartaali pitäisi olla pikkuisen parempi ja parempi ja parempi, niin se ei ole sitä kestävää ajattelua.
(Haastateltava 6.)

Pitkäikäisyys muutenkin kuin taloudellisesta näkökulmasta mainittiin haastatteluissa kestävän matkailun määritelmässä. Matkailualalla toimivat näkivät tiedon jakamisen yhtenä kestävän matkailun kriteerinä. Matkailualan yritysten tulisi välittää oma kestävä idea ja kestävät käytännöt asiakkaille sekä päinvastoin asiakkaiden antaa palautetta yrityksille.

Kestävä matkailu. Ehkä se on justiin kiteytettynä se, että me täällä yritetään tehdä asiat ekologisesti ja näytetään asiakkaille myös, että näin me tehdään, tehkää tekin.
(Haastateltava 3.)

Kestävän matkailun määrittelemisessä ja matkailun kestävien tekijöiden yhteydessä liikkumisen muodot ja logistiikkaan liittyvät kysymykset tulivat matkailualan toimijoille mieleen.

Matkat voi tehdä tosi monella tavalla. Perille voi mennä monella eri tavalla ja perillä voi olla monella tavalla. (Haastateltava 4.)

Kuluttamisen järkevöittämiseen liittyvät tekijät yhdistettiin kestävän matkailun ideaan. Veden säästäminen, pyykkien turhan pesemisen välttäminen, energiatehokkuus sekä uusiutuvat energiamuodot nähtiin konkreettisina toimina kohti kestävä matkailua.

Ja miksi hotelleissa tarvii ihan joka päivä vaihtaa niitä lakanoita ja pyyhkeitä, että eikö se riittäisi joka toinen päivä, että eikö nyt pärjäisi vähän vähemmällä. ... Et sä kotonakaan vaihda joka päivä pyyhkeitä ja liinavaatteita, että ehkä tommosiin kiinnittää huomiota enemmän. (Haastateltava 3.)

Matkailualan toimijat nostivat kestävä matkailua määrittäviksi tekijöiksi niin matkailijoiden kuin matkailualan yritysten oman käytöksen ja valinnat, joiden kautta kaikilla on mahdollisuus vaikuttaa asioihin. Kestävä matkailua voi kuka tahansa edistää yksittäisillä, pienillä teoilla.

Mä oon miettinyt monta kertaa, että ehkä se, että jos pitäisi yllä sellaista samaa hyvää standardia kuin kotonakin. Ei kotonakaan kukaan jätä valoja palamaan, kun

lähtee kotoa pois tai pese lakanoita joka päivä tai pyyhkeitä joka päivä, että se sama kulkisi mukana myös siellä maailmalla. (Haastateltava 4.)

Kemikaalit, pesuaineet ja materiaalihankinnat ylipäättään sekä kiinteistönhallinta ovat matkailualalla toimiville yrityksille tekijöitä, joilla he voivat vaikuttaa matkailun kestävyyskokonaisuutena.

Sitten on kemikaalien hallinta, tän tyyppistä, normaali kiinteistöhallinta, että se tehdään ympäristöystävällisesti. (Haastateltava 1.)

Paikallisen kunnioitus, tukeminen ja huomioiminen nousivat myös matkailualan toimijoiden haastatteluissa esille kestävä matkailua määrittävinä kriteereinä. Paikallisten tukeminen nousi esiin erityisesti sitä kautta, että matkailijat käyttäessään paikallisten tuottamia palveluja ja ostaessaan paikallisia tuotteita, pitäisivät osaltaan huolta siitä, että matkailusta hyötyy paikallinen väestö.

Että kyllä me nyt halutaan ... kannustaa ostaan paikallisia tuliaisia, paikallisia käsitöitä, käymään paikallisten vetämillä kierroksilla ja miettimään sitä just aina, kun on joku kohta, missä miettiä, että kuka se retkijärjestä on tai muuta. (Haastateltava 4.)

Lähtökohtien merkitys kestävässä matkailussa koettiin tärkeäksi. Matkailualan yritysten toiminnan rakentuminen hyvälle pohjalle sekä ympäristöohjelmat ja -merkit yritysten toimintaa määrittämässä nähtiin kestävä matkailun kriteereinä.

Ehkä se, että se on rakennettu semmoiselle hyvälle pohjalle ja siihen on mietitty se idea, mitä halutaan, kenelle tarjotaan, kenelle markkinoidaan ja löydetty se oma juttu sieltä. (Haastateltava 3.)

Kestävään matkailuun oleellisena osana nähtiin myös kuuluvaksi ruoka. Tärkeinä pidettiin valintoja siitä, mitä ruokaa matkailuyritysten palveluissa käytetään, kun keskusteluissa esiin nousivat ruoan eettisyys, ympäristöystävällisyys ja luonnonmukaisuus.

Sitten yksi suurimmista hiilijalanjäljen jättäjistä on ruoka. Eli se ruoka, joka tänne hankitaan ja siitä kaikkein pahin on jätski, josta nyt ei vaan voi luopua, että sitä ei

myytäisi. Mutta niin kun niiden valintojen tekeminen, että mitä se on se ruoka. Meillä on myös joutsenmerkitty ravintolatoiminta, niin sitä kautta sitä koko ajan mietitään, että miten saataisiin ympäristöystävällisempää myytävää. (Haastateltava 1.)

Matkailuyrittäjien puolelta jätehuolto ja jätteen määrän vähentäminen sekä matkailijoiden puolelta omista jätteistään huolehtiminen ja roskaamisen välttäminen mainittiin kestävää matkailua määrittävinä tekijöinä.

Mutta se lajittelu ja ne roskat, ettei sitä nyt tulisikaan niin hirveesti. (Haastateltava 3.)

Matkailun kestäviä tekijöitä huomioitiin myös sosiaalisen kestävyysden kautta. Ihmisten huomioiminen ja avoimuus ihmisiä kohtaan koettiin tärkeäksi matkailuyritysten toiminnassa. Myös henkilökunnan pysyvyyden nähtiin edustavan kestävää matkailua. Hyväntekeväisyys yrityksen oman kestävän kehityksen rahaston kautta edusti kestävyyttä yhdelle yritykselle.

Se on meidän oma rahasto, niin sinne kerätään tällaista rahastopottia ja sieltä jaetaan kerran vuodessa hakemusten perusteella kestävää kehitystä tukeviin hankkeisiin varoja. Ja yksi mihin esimerkiksi on jaettu varoja sieltä, niin on ollut kaupunkifestarit, eli miten kaupunkifestareista voidaan tehdä entistä ympäristöystävällisempiä, tämmöiseen hankkeeseen sieltä on myönnetty varoja. (Haastateltava 8.)

4.2.2. Omia reittejä kestävään matkailuun

Haastatteluissa matkailualan toimijat mainitsivat reittejä ja keinoja, joilla matkailualaa saataisiin vietyä kohti kestävämpiä toimintamalleja. Kaikki haastateltavat mainitsivat tavalla tai toisella ihmisiin vaikuttamisen keinona luoda kestävämpiä käytäntöjä matkailun alalle. Haastateltavien mielestä ihmisten asenteisiin tulisi vaikuttaa tietoisuutta lisäämällä, esimerkkiä näyttämällä, ohjeistamalla, suosituksia antamalla, vaihtoehtoja esiin nostamalla sekä kulutusmääriin vaikuttamalla.

Me kaikki tiedetään se, että sähkön hinta nousee koko ajan, lämmityksen hinta nousee koko ajan, ei ne koskaan tule putoamaan. Niin se meidän keino vaikuttaa, on sitten siihen kulutusmäärään, että tämä on niin kun lähtenyt siitä. (Haastateltava 8.)

Kaikki haastateltavat tunnistivat omien tekojen merkityksen kestävän matkailun edistämiseksi. Haastateltavat luettelivat konkreettisia toimenpiteitä kulutuksen vähentämisestä jätehuoltoon. Kestävyyden huomioiminen oman yrityksen strategiassa ja kestävien valintojen tekeminen nähtiin myös johtavan tielle kohti kestävää matkailua.

Me tarjotaan ruokapuolella pelkästään ympäristöystävällistä, ekologista ruokaa esimerkiksi, niin se on valinta. Mutta seuraava, kun se haluaa sitä piffiä, no ”nyt sä saat hyvää ruokaa, joka ei ole piffiä”, niin sekin voisi olla valinta lähtee sille linjalle.
(Haastateltava 6.)

Matkailualan toimijat puhuivat yhteistyön merkityksestä kestävän matkailun eteenpäin viemisessä. Yksi toimija ei pysty koko alaa muuttamaan vaan muutokseen tarvitaan useiden eri toimijoiden ratkaisuja. Matkailualan toimijoiden mielestä keskustelu asioista pitäisi olla avointa ja toisilta voitaisiin ottaa oppia ja ideoita. Näin päästäisiin luomaan yhteisiä kriteerejä yhteistyön pohjalle. Yhteistyökumppaneiden kannustaminen kestävämpiin valintoihin ja kestävyyden edellyttäminen yhteistyökumppaneilta veisivät matkailun alaa kohti kestävämpiä käytäntöjä. Matkailualan toimijat korostivat erityisesti paikallisten toimijoiden yhteistyötä sekä kestävän matkailun edistämistä kaupunkitasolla.

Ja sitten taas eettiseltä kannalta mietittynä ehkä sellainen yhteistyö, jos on vaikka pienestä paikkakunnasta kyse, niin yhteistyö muiden paikallisten toimijoiden kanssa ja sellaisten paikallisten vaihtoehtojen suosiminen. Sitähän Suomessa toki tehdään jo paljon, että on pieniä yhteisöjä, vaikka Fiskarsissa tai muualla, jossa hyvinkin puhalletaan yhteen hiileen ja sillä tavalla halutaan työllistää ja tarjota mahdollisuuksia niille paikallisille yrittäjille, että muun muassa näillä tavoilla.
(Haastateltava 4.)

Matkailualan toimijoiden näkökulmasta matkailupalveluiden tarjonnan suuntaus ja vaihtoehtojen tarjoaminen matkailijoille ovat yksi reitti kestävään matkailuun. Asiakkaiden vaatimukset ohjaavat matkailualan yritysten tarjontaa. Haastateltavien mielestä on myös toimijoiden vastuulla tuoda esille kestävämpiä vaihtoehtoja ja tarjota niitä asiakkaalle yhtenä vaihtoehtona. Ei-kestävien tuotteiden tarjoamatta jättäminen vaikuttaa myös tarjonnan suuntautumiseen. Haastateltavien

edustamissa yrityksissä oli muun muassa tarjonnasta jätetty pois eettisesti tai ympäristöystävällisesti arveluttavia tuotteita.

Oluita saattaa olla sillain, että asiakas haluaa tavallista olutta ja silti me tuodaan sinne näkyville luomuolut. Taas he niin kun tutustuu, ”ai tämmöistäkin on”. Saattaa olla monia, jotka ei tiedä ollenkaan. 50 ihmistä kiireisiä bisnes-ihmisiä ja me tuodaan siihen viereen se vaihtoehto, ”oho tämmöinenkin on”. (Haastateltava 6.)

Matkailualan toimijat painottivat sitä, etteivät muutokset kestävämpään suuntaan tapahdu yhdessä yössä vaan armollisuus itseään kohtaan on tärkeätä muistaa, kun edetään pienin askelin eteenpäin. Kulttuurisen kestävyys ylläpitäminen nousi haastatteluissa esille kestäväan matkailuun johtavana tekijänä. Matkailualan toimijat korostivat oman toimintaympäristön ja tuotteiden historian ja tarinan kertomista asiakkaille. Myös tiedon välittäminen tuleville sukupolville koettiin tärkeänä tekijänä kestäväan matkailun edistämiseksi.

Mutta me nyt yritetään vähän sillain olla armollisia itsellemme, että yritetään ymmärtää, ettei se kaikki tapahdu näin. Ja niin kauan kuin WWF:nkin auditoinnissa aina todetaan, että tavoitteita on saavutettu, niin sitten täytyy ajatella, että me ollaan oikealla tiellä. (Haastateltava 5.)

4.2.3. Esteitä kestäväan matkailun tiellä

Elämässä kaikki ei suju niin kuin tanssi - ei myöskään matkailun alalla kestäväan matkailun eteenpäin vieminen. Haastatteluissa nousi esille useita tekijöitä, jotka vaikeuttavat kestäväan matkailun edistämistä ja luovat esteitä kestävyys tielle. Haastateltavat mainitsivat haastaviksi erilaiset laskurit ja muut metodit, joilla yritykset voivat mitata oman toimintansa kestävyyttä. Vaikeudet luoda maailmanlaajuisia standardeja ja löytää oikeat ratkaisut lukuisten vaihtoehtojen joukosta koettiin esteinä kestäväan matkailun edistymiselle. Suuremmissa yrityksissä työskentelevien haastatteluissa nousivat esille myös haasteet kestävien toimintatapojen kommunikoimisessa henkilökunnalle ja henkilökunnan motivoimisessa kestäviin käytäntöihin.

Sitten on joskus ihan sellaista, että ei se ole ihan itsestään selvyys ollut, että meidän henkilökuntakaan on siihen heti tarttunut. Että ”ilman muuta joo, näin nyt heti ryhdymme tekemään”, vaan kyllä siellä on aina välillä jouduttu miettimään, jouduttu

ottaa jossain takapakkiakin. ... Joo, niin siinä on välillä senkin tyyppisiä haasteita, että miten tosiaan se kaikki kommunikoidaan henkilökunnallekin. (Haastateltava 5.)

Kestävyyden edistämistä katsottiin myös hidastavan sen, että vaikka tarjontaa on, ei se ole helposti löydettävissä, vaan kestäviä vaihtoehtoja pitää kaivaa markkinoilta. Sitä mitä ei tiedetä, ei myöskään voida valita. Yrittäjien kannalta markkinoille pääsyä hankaloittaa usein koko, kun pienillä toimijoilla kynnys päästä eteenpäin on huomattavasti suurempia yrityksiä korkeampi.

No joo, tarjonta, kun sitä kaivaa, niin löytyy jo ja se on usein vielä pienillä tuottajilla. Pienillä toimijoilla on hirveän paljon tietoa ja on osaamista ja halua. Ja netti alkaa oleen täynnä, kun vähän kahlaa, niin löytyy näitä. ... Kyllä Suomessakin löytyy, se vaan, että se ei ole näkyvissä ja Suomessa ei myöskään puhuta siitä, sitä pitää vähän kaivaa. (Haastateltava 6.)

Yhteistyöllä voidaan luoda reittejä kestävyteen, mutta sen puute voi myös olla este kestävyden tiellä. Matkailualan toimijoiden haastatteluissa nousi esille yhteistyön merkitys paikalliselle tasolla kestävämpiä matkailukäytäntöjä kehitettäessä. Toteutuakseen kestävien käytäntöjen tulee ainakin saada hyväksyntä kaikilta alueen toimijoilta, ettei vastustus koidu uusien tuulien kohtaloksi. Eriasteiset valmiudet kestävän matkailun mukaiseen toimintaan sekä ongelmat isojen ja pienien toimijoiden välisessä yhteistyössä asettavat esteitä yhteistyölle kestävän matkailun edistämiseksi.

Periaatteessa voisi sanoa vaikka energiasta, että aurinkoenergian tuottaminen tapahtumaan on täysin mahdollista, mutta isojen toimijoiden intresseissä se ei ole ellei se ole strateginen valinta. Että heidän pitäisi, he tuottavat sen, koska he näkyvät sitten, että he tekevät tätä. Mutta että me (pieni toimija) tilattaisi tavalliseen tapahtumaan heiltä, todennäköisesti se ei onnistuisi. (Haastateltava 6.)

Matkailualan toimijat kertoivat kokemuksiaan tämän päivän matkailijoista ja heidän tarpeistaan, jotka myös ovat yksi este matkailun kestäväälle kehittämiselle. Ihmisten mukavuudenhalu, pyrkimys yksilöllisyyteen, kestämaton kulutuskäyttäytyminen, elämyshakuisuus sekä tottumattomuus kestävämpiin vaihtoehtoihin hankaloittavat matkailun tietä kohti kestävämpiä käytäntöjä.

Matkailijat on niin kiinnostuneita niistä valashaista ja kaikki valashairetki-yrittäjät ei välttämättä oo niin kiinnostuneita noudattamaan kaikkia niitä sääntöjä, eikä

matkailijatkaan. Matkailijatkin haluaa mahdollisimman lähellä kaikkea ja kokea ja nähdä ja mulle ja näin, niin toisaalta ne valashait, voi olla, että ne onkin muuttanut reittiään koska siellä on liikaa hälyä ja muuta. (Haastateltava 4.)

Epäselvyys toiminnan kestävyys todellisesta asteesta sekä lukuisten ympäristömerkkien perusteista hankaloittavat kestävä matkailun leviämistä. Myös se, että kestävästä matkailusta puhutaan ylätasolla, suurissa mittakaavoissa, vaikeuttaa matkailijoiden samaistumista kestäviin käytäntöihin ja omien vaikutusmahdollisuuksien ymmärtämistä.

Mutta sitten on paljon ihan pili-pali todisteita ja ehkä matkailijan on vaikea, tai todistuksia, matkailijan on ehkä vaikea alkaa selvittää, että onko tällä ”ekomerkillä” niin kun yhtään mitään todellisuuspohjaa. Koska kuka tahansa voi laittaa hotellinsa sivuille, että me ollaan ekologisista. (Haastateltava 4.)

Kestävä matkailun tiellä nähtiin myös taloudellisia esteitä. Usein yritykset luulevat, että kestävä toimintatavat tulevat kalliiksi. Myös nykypäivän liiketoiminnalle tyypillinen nopean voiton tavoittelu jättää kestävyys aspektit jalkoihinsa. Yritystoiminnassa kestävien käytäntöjen esteeksi saattaa muodostua myös ristiriita asiakkaiden mieltymyksen kanssa. Yrittäjät joutuvat toisinaan valitsemaan kestävien käytäntöjen ja asiakkaiden tarpeiden välillä.

Matkailubisnes on hyvin kiinteästi viety mukaan nopean voitontavoittelun kulttuuriin. Voittoa tulee ja bisnes pyörii, eikä laajasta kestävydestä tarvitse piitata millään lailla. (Haastateltava 6.)

Kestävien näkökulmien pohtiminen matkailun alalla on vielä suhteellisen uutta. Kestävää toimintaa hankaloittaa se, ettei kestäviä toimintamalleja ole kovinkaan paljoa olemassa ja kestävässä toimintatavoissa joudutaan taistelemaan uutta vastaan. Joidenkin matkailualan toimijoiden välinpitämättömyys kestäviin asioihin nähtiin haastatteluissa kestävä matkailua hankaloittavana tekijänä. Matkailu perustuu vahvasti liikkumiselle ja myös matkailualan toimijat pohtivat liikkumisen kysymyksiä matkailun kestävyttä rajoittavana tekijänä.

Ja myös siinä, että aina, kun on mahdollista esitellä joku toinen tapa liikkua kuin vaikka lentäminen, niin kyllä me mielellään niistä tehdään juttu, mutta tosiasia on

tietysti se, että Suomesta pääsee aika harvaan paikkaan junalla, ainakin osa matkasta pitää tehdä yleensä lentäen. (Haastateltava 4.)

Asenteet siitä, että halutaan toimia, kuten aina on toimittu, sekä ennakkoluulot ja negatiivinen suhtautuminen omiin vaikutusmahdollisuuksiin leviävät helposti ihmisten keskuudessa ja vaikeuttavat kestävän matkailun laajenemista. Niin yritysten kuin matkailijoiden osalta myös sanojen muuttuminen teoksi vie aikansa. Vaikka ihmisillä on kiinnostusta, on kestävämmän valinnan tekeminen eri asia. Myös matkailualan toimijoiden haastatteluissa hinnan merkitys matkailijoiden valintoihin huomioitiin. Hinnan ei välttämättä nähty olevan ratkaisevin tekijä, mutta mitä tahansa matkailijoiden ei nähty olevan valmiita maksamaan.

Mutta kyllä se, jos miettii itse kuluttajana, että se onko se hinta sitten ratkaiseva tekijä kuitenkin loppujen lopuksi vai ei. No varmaan niin kun tiettyyn rajaan saakka hinnalla ei ole merkitystä, että sitten siinä tavallaan ne muut aspektit on niin kun tärkeitä, mä koen ne itselle tärkeiksi, kun valintoja teen, mutta kyllä jossain vaiheessa se kipuraja siinä hinnassakin tulee sitten vastaan. Että ”en mä nyt kuitenkaan noin paljon enempää siitä ole ton takia valmis maksaa”. Kaikillahan meillä sellainen katto kuitenkin on olemassa. (Haastateltava 8.)

4.2.4. Säästöt ja imago motiiveina

Matkailualan toimijoiden puheissa nousi esille useampia virikkeitä kestäväälle toiminnalle. Haastateltavat puhuivat siitä, minkä tahojen aloitteesta kestävä toiminta voi lähteä liikkeelle ja mitkä motiivit voivat johtaa kestävään toimintaan. Usein kestävyys lähtee yrittäjältä itsestään tai organisaatioissa johdolta tai omistajavaatimuksena. Liikkeelle panevana tahona kestävyys tiellä voivat myös olla asiakkaat tai yhteistyökumppanit vaatimuksineen. Myös maailman tämän hetkisen tilan ymmärtäminen nähtiin johtavan kestävämmälle linjalle.

Että tavallaan tämän yrityksen omistuspohjaa, että minkälaisia asioita omistajat haluaa ottaa esiin ja minkälaisia asioita sen hetkinen yritysjohto haluaa viedä eteenpäin. Että mitä he näkee, mikä meidän tulevaisuus on, niin se totta kai vaikuttaa tähän meidän ketjutoimintaan, ja mitkä asiat meidän yrityksessä on tärkeitä. (Haastateltava 8. Pohjoismaiden laajuisesta organisaatiosta)

Mä en voi elää sillä lailla, että mä näen tämän kaiken, mihin ollaan menossa ja mä en tekisi mitään, mä en voi itseltäni hyväksyä sitä. Niin sitten täällä bisneksen puolella, niin sen toimiminen, no yritys on perustettu sitä varten, että voidaan tehdä asialle jotain. (Haastateltava 6. pienestä kahden omistajan yrityksestä)

Haastateltavat mainitsivat motiiveja kestävämmälle toiminnalle. Tärkeimpiä motiiveja kestävyteen olivat imagohyödyt ja kustannussäästöt. Kestävän toiminnan nähtiin luovan yritykselle positiivista imagoa, kasvattavan tunnettavuutta sekä erityisesti kaupunkitasolla tuovan keinon erottautua muista positiivisesti. Kestävä toiminta ylipäänsä ja edelläkävijyys toimintatavoissa koettiin mahdollisiksi myyntivalteiksi ja kilpailukykyä lisääviksi tekijöiksi. Osalle haastateltavista kestävät toimintatavat tuntuivat olevan ylpeydenaihe.

Tietysti sitten jossain kohtaa pitää ajatella, että siitä pitää saada myös positiivista imagoa, mutta se ei ole ollut ehkä se liikkeelle laukaiseva tekijä. (Haastateltava 1.)

Kustannussäästöt kestävän toiminnan taustalla tulivat esille useammassa haastattelussa. Jos imagohyödyt eivät yritysten mielestä olleet niinkään liikkeelle paneva tekijä vaan positiivinen sivutuote, toimivat kustannussäästöt myös motivaattoreina entistä kestävämpiin toimintatapoihin. Tekemällä asioita ympäristöystävällisesti yritykset olivat huomanneet säästävänsä myös kustannuksissa.

Yksi on tietysti kustannukset, siitä tulee valtavat kustannussäästöt, ihan oikeasti se tuo säästöjä. (Haastateltava 1.)

Meidän talousjohto on myös erittäin otettu, koska ne näkee, että me säästetään myös rahaa eikä vaan luontoa. Nämä on aika jänniä juttuja mun mielestä, että monesti on sellainen käsitys, että se tulee kauhean kalliiksi, jos ryhtyy miettimään ympäristöasioita. Todellisuudessa se on ihan päinvastoin, että siellä, missä säästää ympäristöä, niin säästää useimmiten myös rahaa. (Haastateltava 5.)

Myös luonnonympäristöjen suojeleminen ja ympäristövastuullisuus mainittiin lähtökohtina kestäväälle toiminnalle.

4.2.5. Hiljaisesta kiinnostuksesta huomioimiseen

Matkailualan toimijat ovat suoraan tai välillisesti yhteydessä matkailijoihin. Kysyin haastateltavilta heidän kokemuksiaan siitä, ovatko matkailijat kiinnostuneita kestävästä matkailusta, ja miten mahdollinen kiinnostus ilmenee matkailualan toimijoille. Kiinnostus ympäristöasioita kohtaan on ilmennyt toimijoille muun muassa asiakkaiden kysymysten ja toimittajien yhteydenottojen kautta. Toimittajien kiinnostus kertoo siitä, ettei median roolia kestävä matkailun edistämiseksi tule unohtaa. Haastateltavien mielipiteet matkailijoiden kiinnostuksen asteesta vaihtelivat. Matkailualan toimijat nostivat esille näkemyksiä siitä, että matkailijat ylipäänsä eivät ole matkailun kestävydestä juurikaan kiinnostuneita, mutta toisaalta huomioitiin edelläkävijät, jotka kyselevät asioista ja pitävät huolta siitä, että yrityksessä asiat on hoidettu. Matkoja suunniteltaessa yritysten nähtiin enemmänkin olevan kiinnostuneita matkojensa kestävydestä. Erityisesti suurilla yrityksillä vaatimukset matkojen suhteen tulevat matkustuspolitiikan ja ympäristöohjelmien kautta. Yritysten halu valita kestäviä tuotteita ja palveluita kertoo ainakin jonkin asteisesta kiinnostuksesta asiaa kohtaan.

Mun mielestä ne liittyy, niin kun yritysmaailmassa suoraan sinne yritysten arvoihin. Että jos yrityksellä on arvot, jotka on jalkautettu, jotka oikeasti on toiminnan perustana, niin yleensä tällaisista yrityksistä kyllä tulee sitten se tarve myös näihin kestävä kehityksen arvojen ja asioiden eteenpäin viemiseen. Ja siltä osin kun ne matkailuun liittyy, niin kyllä ne tänne myöskin sitten tulee matkustuspolitiikan ja ohjeistuksen kautta. (Haastateltava 5.)

Matkailijoiden osalta esille nousi se, että monet saattavat asioita itse miettiä, mutta matkailualan toimijoilta asioista ei kuitenkaan kysyä. Toisaalta taas, vaikka kiinnostus johtaa kestävyteen liittyviin kysymyksiin palveluntarjoajille, ei se välttämättä konkretisoidu matkailijoiden valintoja määrittävänä kriteerinä. Kestävyyden koettiin olevan matkailijoiden valintakriteereissä mukana, mutta ei välttämättä tärkeimpänä valintoja ohjaavana tekijänä.

Että niin kun mä sanoin, niin sitten erittäin paljon harvinaisempaa on, että ihmiset omia vapaa-ajan matkojaan suunnitellessaan tai tilatessaan niin ottaisi (kestävän kehityksen arvot huomioon). Varmasti moni miettii, mutta aika harvoin meiltä kysytään mitään siihen liittyvää tai että se olisi niin kun olennainen kriteeri, kun

tehdään valintoja. Aika paljon useammin se on hinta tai sitten joku muu, voi olla joskus jonkun reitin sujuvuus tai aikataulut tai tämän tyyppiset. (Haastateltava 5.)

Matkailijoiden osalta ilmenevän kiinnostuksen koettiin kuitenkin olevan rehellistä. Lisäksi haastatteluissa puhuttiin sukupolvien välisistä eroista ajattelussa, kun haastateltavat nostivat esille erot kestävyteen suhtautumisessa nuoremman ja vanhemman sukupolven välillä. Matkailijoiden kiinnostuksen myötä myös yritykset ovat joutuneet pohtimaan omia valintojaan.

Tämän päivän, niin kun sun ikäisiä (viittaa haastattelijaan) kuluttajia varmasti puhuttelee tällaiset tietyt kestävät ratkaisut. Sun ikäinen sukupolvi ajattelee joistain asioista aivan eri tavalla kuin meidän ikäiset ihmiset. (Haastateltava 8.)

Kestävyyden koettiin olevan suhteellisen tuore asia matkailijoiden kiinnostuksen kohteena. Matkailualan toimijoiden mielestä matkailijoiden huomio on alkanut kiinnittyä kestävyteen vasta viimeisten kymmenen, kahdeksan tai kolmen, neljän vuoden aikana. Matkailijoiden valppaudesta kertoo se, että matkailualan toimijat kertoivat asiakkaiden huomaavan pienetkin asiat kestävyteen liittyen ja reagoivan mahdollisiin virheisiin. Asiakkaiden huomion ei niinkään koettu kiinnittyvän yrityksen tekemiin toimiin vaan käytännön hyötytietoon ja ohjeisiin matkailijoille itselleen.

Joo, vois sanoa, että kolmen, neljän viimesen vuoden aikana on tapahtunut joku ihmeellinen muutos, että nyt ihmiset kiinnittää siihen huomioon. Ne huomaa ne jotkut meidän pienet jutut tuolla. ... Semmoinen perusmatkailija ei nyt kysele meidän jostain uusiutuvien käytöstä tai muusta, mutta kyselee siitä, mikä on häntä lähellä eli ”mihin mä pistän nämä roskat oikeen?”. Mutta ihmiset on nyt herännyt siihen. (Haastateltava 1.)

Kestävyyden kysymysten nousu matkailijoiden kiinnostuksen kohteeksi ilmenee matkailualan toimijoille muun muassa siinä, että konkreettiset toimenpiteet, kuten kierrätys, ovat alkaneet myös matkailijoiden osalta sujua. Kestävien asioiden merkitys koettiin näkyvän myös matkailijoiden kulutusvalinnoissa ja valintaperusteissa sekä yritysten puolella yhteistyökumppaneiden valintaperusteena. Yritysten kiinnostuksesta kertovina tekijöinä mainittiin haastatteluissa myös henkilökunnalle suunnatut koulutukset ja ohjeistukset kestävään toimintaan.

Keskusteluissa nousivat esille myös matkailijoiden asenteet kestäväan matkailuun. Matkailualan toimijat ovat kohdanneet sekä negatiivista että positiivista suhtautumista kestävyteen. Vastustusta oli koettu niin ekologista toimintamallia kuin kasvisruokaakin kohtaan. Ihmisten asenteista kertoo myös haastattelussa kerrottu esimerkki siitä, kuinka matkailijat haluavat kokea ja nähdä kaiken, vaikka säännöt kieltävät. Positiivisessa suhtautumisessa edelläkävijöinä pidettiin nuoria, jotka ovat kiinnostuneita vaihtoehtoisista matkailun tavoista. Helppouden nähtiin määrittävän matkailijoiden asenteita: kun asiat tehdään helpoksi, niihin lähdetään todennäköisemmin mukaan.

Mutta matkailijat, sellainen perusmatkailija tekee oman osuutensa, jos se on helppoa. Lomalla ei haluta yhtään vaivata päätä millään, että sen täytyy olla helppoa ja hauskaa. (Haastateltava 1.)

Ihmisten asenteisiin nähtiin vaikuttavan muun muassa ikä ja perhetilanteet. Lapsien ja lapsenlapsien saaminen koettiin tapahtumana, joka herättää ihmisiä ajattelemaan ja vaikuttaa asenteisiin.

4.2.6. Yhteistyöllä kestävan matkailun edistämiseksi

Matkailualan toimijoiden haastatteluissa yhtenä merkittävänä teemana kestävästä matkailusta puhuttaessa nousi esiin yhteistyö muiden alan toimijoiden kanssa. Matkailuala on Suomessa pieni ja toimijat, varsinkin paikallisella tasolla, usein tuntevat toisensa ja ovat tietoisia toistensa tekemisistä. Koska matkailuala muutenkin on tiivis, tulisi myös kestävan matkailun käytäntöjä pystyä jakamaan alan toimijoiden kesken. Haastatteluissa heitettiin ilmaan kysymys siitä, miksi pyörä pitäisi keksiä joka kerta uudestaan, kun mallia voisi ottaa edelläkävijäryityksiltä.

Tosiaan alan täytyy ja sitten se, että alalla pitäisi pystyä jakamaan parhaita käytäntöjä. Sitä tehdään kansainvälisessä alan kattojärjestössä kyllä, mutta kotimaisesti ei vielä kauhean paljon. (Haastateltava 1.)

Useat haastateltavat kokivatkin samalla toimialalla toimivat toiset yritykset enemmänkin yhteistyökumppaneina kuin kilpailijoina. Yhteistyö, etenkin paikallisella tasolla, koettiin tärkeäksi matkailun alalla ja verkostojen merkitystä korostettiin haastatteluissa. Paikallisten tuottajien tuotteiden sovitus osaksi omaa toimintaa nähtiin muun muassa esimerkkinä siitä, kuinka

paikallista yhteistyötä voisi lisätä kestävän matkailun edistämiseksi. Yhteistyö todettiin myös välttämättömäksi joidenkin asioiden toteutumiselle.

Sitten olisi ihan tällaista, mikä ei olisi muuta kuin ihmisten päätöstä siitä, että erilaiset valtion rautatiet, kuitenkin Euroopan junamatka usein on sellainen, että se menee useamman maan läpi, niin erilaiset valtion rautatiet tekisi yhteistyötä keskenään, että voisi ostaa yhden lipun. Lähtee Kööpenhaminasta ja mennä Madridiin ja saada sen yhden lipun kerralla helposti varattua, niin kun sä voit varata lennon Kööpenhaminasta Madridiin. Ei ole saatu aikaiseksi vielä. (Haastateltava 5.)

Yhteistyö voi osaltaan edesauttaa kestävämpien käytäntöjen käyttöönottoa yhteistyötahojen toiminnassa, kun omilla kriteereillä ja vaatimuksilla luodaan painetta yhteistyökumppaneille toimia samojen periaatteiden mukaisesti. Haastatteluissa painotettiin yritysten velvollisuutta tarkistaa yhteistyökumppaneidensa toimintaa ohjaavat periaatteet. Suurilla toimijoilla nähtiin yhteistyöverkostojen kautta olevan mahdollisuus viedä myös pienempiä toimijoita eteenpäin.

Mun mielestä tää vastuullisten toimijoiden suosiminen, niin jos joku ei oo vastuullinen, niin siltä pitäisi kysyä, että "Hei, missä teidän bioastia on?" tai "Miten teillä on hoidettu tää?". Pitäisi niin kun valistaa niitä, ettei vaan jättää niitä sinne itsekseen. (Haastateltava 3.)

Yritysten toiminnan kestävyyttä korostettiin yhteistyöstä puhuttaessa. Se, millaisia yhteistyökumppanit ovat, koettiin tärkeäksi yritykselle. Arvojen ja ajattelutapojen kohtaaminen yhteistyöverkostoissa taas nähtiin turvallisuutta luovana tekijänä. Useilla yrityksillä yhteistyösopimuksia ohjaavat tietyt kriteerit, joiden mukaisesti yhteistyökumppanit valitaan. Kestävyys tai kestävyiden osa-alueet nousivat useammassa haastattelussa esille yhteistyökumppaneilta vaadittavina kriteereinä. Haastateltavat näkivät myös oman yrityksensä mielenkiintoisena yhteistyökumppanina muille ympäristökriteeriensä takia.

Joo, tämmöiset sitten taas, kun mietin oman työn kautta, niin yrityssoimukset, että ne arvot kohtaisi, että yrityksellä on samat arvot, mitä meidän yrityksellä on. Että sitten valitaan meidät yhteistyökumppaniksi sen vuoksi, koska me teemme tällaisia asioita, koska tämä vastapuolikin tekee niitä samoja juttuja. (Haastateltava 7.)

4.2.7. Esille ilman viherpesua

Kestävien toimintatapojen rooli yritysten viestinnässä ja niiden näkyminen ulospäin synnyttivät eriäviä mielipiteitä haastateltavien keskuudessa. Osalle yrityksistä kestävän toiminnan näkyminen viestinnässä oli itsestään selvää ja se nähtiin tärkeänä eri sidosryhmien kannalta.

Kyllähän me siis pyritään viestiä, meidän viestintä haluaa kertoa sitä, että me tehdään asioita ekologisesti ja järkevästi ja se viesti menee myös meidän henkilökunnalle. (Haastateltava 6.)

Osa haastateltavista taas koki kestävien tekojen viestimisen olevan tärkeitä, mutta omassa viestinnässä viestiä ei kuitenkaan ollut selkeästi nostettu esille. Kolmas osa haastateltavista taas koki kestävien asioiden erillisen esiin nostamisen vanhanaikaisena ja näkivät kestävyiden sisällyttämisen kiinteäksi osaksi kokonaisuutta parempana tapana.

Mä luulen, että hyvin monessakin yrityksessä on tahtoa toimia tällä tavalla, ne ei ehkä vaan ole semmoisia asioita, mitkä aina näkyy ulospäin ja niistä huudeta kovasti, mikä on ihan hyvä mun mielestä. Mun mielestä tässäkin pitää olla sillain nöyrä, ei me voida alkaa mitenkään brassaileen, että me tehdään näin tai näin, vaan sen pitäisi olla ihan luonteva osa, että totta kai me halutaan toimia ympäristön kannalta paremmin. (Haastateltava 4.)

Pääasiallinen kanava kestävyiden asioiden viestimiseen oli yritysten Internet-sivut. Kestävyiden viestimisessä korostettiin sen markkinoinnillista hyötyä, mitä joidenkin toimijoiden mielestä etenkin Suomessa ei vielä osata hyödyntää. Kestävyiden viestimisessä olennaisena nähtiin myös viestin viemiseen käytettävän väylän ja ajankohdan merkitys, jotta viesti saadaan perille ilman negatiivista vastaanottoa tai viestin hukumista.

Tapahtumassa pitää viihtyä, tapahtuman pitää olla hauska, sen pitää jättää hauska muistijälki. Jos se ei sitä tee, kaikki muukin hyvä asia hukkuu. Silloin me ollaan epäonnistuttu, jos ruvetaan viemään (tietoa) liikaa. Ei meidän tarkoitus ole saarnata, tarkoitus on viedä ehkä takaraivon kautta se tieto. (Haastateltava 6.)

4.2.8. Kestävyys tulevaisuuden matkailussa

Jos miettii niitä sellaisia yleisiä trendejä, niin se, mikä tällä hetkellä on ihan kiinnostavaa, niin on se, että -90-luvun laman aikaan ihmiset vähensi matkustamistaan, ja nyt taas suomalaisille matkailusta on tullut sellainen ikään kuin oikeus, josta ihmiset ei enää halua luopua. Vaikka nytkin on talouskriisi, niin ihmiset ei silti jätä matkustamatta, vaan halutaan tehdä se matka edelleen. Jotenkin siitä on tullut vähän niin kuin sellainen perusoikeus, että kaikkien pitää päästä ainakin kerran vuodessa matkalle. Että sillä tavalla suomalaisten matkustaminen on muuttunut ja on kasvanut ja matkailuhan on edelleen kasvava ala, että en mä näe, että se olisi tulevaisuudessa ihan heti loppumassa. (Haastateltava 4.)

Haastatteluiden lopuksi kysyin matkailualan toimijoilta heidän näkemyksiään tulevaisuuden kehityssuunnista matkailun alalla sekä kestävän matkailun osuudesta tulevaisuuden matkailussa. Matkailun ylipäättään katsottiin seuraavan muuta yhteiskunnallista kehitystä. Matkailun yksilöllistyminen ja pirstaloituminen, hyvinvointimatkailun kasvu sekä lähi- ja kotimaan matkailun lisääntyminen nähtiin tulevaisuuden matkailua kuvaavina tekijöinä. Matkailualan toimijat kokivat, että kestävyiden rooli matkailun alalla tulee kasvamaan. Kestävä matkailu nähtiin elinehtona matkailun tulevaisuudelle.

Sen (kestävän matkailun) rooli tulee kasvamaan ja korostumaan. Se on tavallaan niin kun tämmöinen jing ja jang –voimat, että matkailu ei voi kasvaa, ja kun se kuitenkin kasvaa, että se on fakta, niin se ei voi tehdä sitä, jos ei niin kun koko ajan enemmän ja enemmän sekä kiinnitetä huomiota että saada aikaan sillä puolella. Se kasvu on nimenomaan tämmöistä kestävän kehityksen kasvua, ja että sekin matkailu, mikä tähän mennessä ei ole ollut kestävän kehityksen mukaista, niin nyt sitäkin pystytään koko ajan muuttamaan ja muokkaamaan siihen suuntaan, parantamaan, vähentämään sen ympäristövaikutuksia. Ja yhtälailla sitä puolta, että mitkä sen muut yhteiskunnalliset vaikutukset on. (Haastateltava 5.)

5. Kokonaisuuksilla kestävään matkailuun

Kestävä kehitys edustaa kehitystä, joka huomioi niin nykyisten kuin tulevien sukupolvien tarpeet. Matkailu on palveluelinkeino ja matkailuyritysten tavoitteena on palvella matkailijoita mahdollisimman hyvin. Vaikka palvelu suunnataan sen hetkisille matkailijoille, tulee toiminnassa ottaa huomioon myös tulevat matkailijat, niin kyseisen sesongin kuin tulevien sukupolvien. Matkailun elinehto on se, että se takaa toiminnan jatkuvuuden omalla toiminnallaan. Muun muassa YK:n ympäristöohjelma ja Maailman matkailujärjestö julkaisussaan (2005) korostivat sitä, ettei kestävä matkailu ole erillinen matkailun muoto vaan ennemminkin sen periaatteita tulisi sisällyttää kaikkeen matkailutoimintaan. Haastatteluissa matkailualalla toimivat eivät osanneet juurikaan nimitä erityisesti kestäviä matkailukohteita ja matkailijoilta saatiin laaja ja kirjava joukko vastauksia kestävä matkailun määrittelemiseksi. Nämä huomiot tukevat näkemystä siitä, että kestävä matkailu ei voida yksiselitteisesti määritellä tietynlaiseksi matkailuksi vaan mikä tahansa matkailu voi omalla tavallaan olla kestävä. Kestävä matkailun määrittelyyn vaikuttaa selkeästi näkökulma, josta asiaa tarkastelee. Matkailualan toimijat arvioivat matkailun kestävyyttä kriteerein, jotka perustuvat heidän näkökulmaansa, matkailuun elinkeinona ja yritystoimintana. Kansalaiset taas näkevät kestävä matkailun matkailijoiden näkökulmasta, liittäen siihen kriteerejä, jotka liittyvät matkailijoiden toimintaan. Vaikka näkökulmat kestävä matkailuun ovat erilaiset, löytyy näiden tahojen kestävä matkailun määritelmistä myös yhtäläisyyksiä. Tässä luvussa pohdin kestävä matkailun ulottuvuuksien ja eri toimijoiden roolien kautta mahdollisuuksia kestävä matkailun edistämiseksi.

5.1. Eri ulottuvuuksilla kestävä kokonaisuuteen

Tässä tutkimuksessa erotan matkailun kestävydestä Mowforthin ja Muntin (2003) mallin mukaisesti sen neljä eri ulottuvuutta: ekologisen, taloudellisen, sosiaalisen ja kulttuurisen puolen. Kestävä kehitys käsitetään usein pelkästään ekologisena ulottuvuutena. Ympäristö- ja luontomatkailusta on kirjoitettu useita kirjoja, kyselyihin vastanneet matkailijat määrittelivät kestävä matkailun luontoon ja ympäristöön sekä niihin kohdistuvaan kuormitukseen liittyvillä argumenteilla ja matkailualalla toimivien ihmisten haastatteluissa kestävyden ympäristöpuoli tuntui olevan itsestään selvä osa toimintaa. Matkailu, oli se rakennettua tai alkuperäistä, toimii tiettyssä ympäristössä – useimmiten vielä luonnonympäristössä. Jotta matkailuala voi taata oman

toimintansa jatkuvuuden, ei se voi tuhota omaa pesäänsä. Etenkin kiinteästi luonnonympäristöihin liittyvien matkailuyritysten edustajat kokivatkin elintärkeäksi ekologisesti kestävän toiminnan. Matkailualan toimijoiden haastatteluissa ympäristöpuoli näyttäytyi ilmeisenä, kun toimijat kertoivat ympäristöasioiden merkityksestä ja panostuksistaan niihin liittyen, mutta korostivat kestävän matkailun sisältävän myös muita ulottuvuuksia ekologisen ulottuvuuden lisäksi.

Vaikka matkailualan toimijat kestävän matkailun määritelmässä nostivat ekologisen ulottuvuuden lähes poikkeuksetta ensimmäisenä esille, oli haastatteluissa suurin rooli sosiaaliseen kestävyysliitettävillä tekijöillä. Ympäristöasiat ovat olleet pinnalla yhteiskunnallisessa keskustelussa jo pitkään ja siitä syystä niiden merkitys myös matkailun alalla on selvä. Nyt keskiössä kestävydestä puhuttaessa ovat enemmänkin sen sosiaaliset ulottuvuudet. Matkailuala on palveluala ja siitä syystä riippuvainen henkilökunnastaan. Henkilökunnasta huolehtiminen ja työntekijöiden perehdytys nousivat haastatteluissa avaintekijöiksi kestävyyskokonaisuutensa läpiviemiseen matkailualalla. Palvelulla pyritään huolehtimaan asiakkaista, jotta heille jäävä mielikuva yrityksestä on positiivinen. Matkailualan yrittäjät ovat tiedostaneet matkailijoiden halun tulla huomatuksi ja sosiaalisesti kestävän matkailun vaihtoehtona onkin tarjota luksusta palvelussa tuhlaavan kulutuksen sijaan. Paitsi työntekijöistä ja asiakkaista, sosiaalisesti kestävä matkailu huolehtii myös matkailun kohdealueiden paikallisesta väestöstä. Paikallisia yrittäjiä tukemalla matkailusta hyötyvät myös ne, joiden yhteiskuntaan matkailu vaikuttaa, paikalliset. Matkailualan toimijat nostivat paikallisten tukemisen esille lähinnä ulkomaan matkakohteista puhuessaan, mutta myös lähitoimijoiden suosiminen oman yrityksen toiminnassa tarkoittaa paikallisten tukemista ja näin ollen edistää sosiaalisesti kestävä matkailua. Myös matkailijat vastauksissaan katsoivat paikallisten tukemisen ja suosimisen kestävä matkailua edistävänä ja myös itselleen tärkeänä tekijänä matkaillessaan. Vastaukset vahvistivat myös haastatteluissa esille tulleet näkemykset siitä, että matkailijoilla on halua tutustua paikalliseen elämään ja näin ollen edistää sosiaalisesti kestävä matkailua.

Vaikka kestävydestä voidaan erottaa eri ulottuvuuksia, eivät ne ole toisiaan poissulkevia. Haastatteluissa matkailualan toimijat huomauttivat taloudellisesti kestävän toiminnan usein johtavan myös ympäristön kannalta hyvään. Maailman taloudellisesta tilanteesta on puhuttu viimeaikoina ajankohtaisen eurokriisin myötä paljon ja taloudelliset näkökulmat ovat aiheuttaneet harmaita hiuksia yrityksille alalla kuin alalla. Vaikka matkailu onkin edelleen kasvava ala, ovat

kustannussäästöt myös matkailualan yrityksissä ajankohtaista pohdittavaa. Taloudellisesti kestävä toiminta vaikuttaa suoraan yritykseen ja sen tulokseen, joten odotettavissa on, että säästömahdollisuuksien tunnistaminen johtaa yhä useamman yrityksen tielle kohti taloudellisesti kestävää toimintaa. Tutkimuksen haastatelluista erityisesti omasta yrityksestään vastuussa olevat henkilöt painottivat yritystoiminnan taloudellista kestävyyttä tuloksellisuuden ja kannattavan kasvun näkökulmasta.

Palveluiden luonne määrittää sitä, mitkä kestävyiden ulottuvuudet painottuvat yritysten toiminnassa. Tutkimukseen haastateltujen joukossa oli muun muassa yrityksiä, joiden toiminta ainakin osaltaan keskittyy paikallisen kulttuurin ja luonnon vaalimiseen. Ihmiset haluavat kuulla tarinoita ja niiden merkitys tuotteiden markkinoinnissa onkin noussut merkittävään rooliin. Myös matkailualan toimijat korostivat tarinoiden merkitystä tuotteissaan ja palveluissaan. Tarinat tuovat esiin historiaa ja kulttuuria, oli sitten kyse tarjoiltavasta ruoasta, rakennusta ympäröivästä alueesta tai kaupungista, jossa yritys toimii. Tarinoiden avulla on mahdollista tuoda esiin paitsi kulttuurista kestävyttä, myös muita kestävyiden osa-alueita. Esimerkiksi tarjoiltavan luonnonmukaisen, perinteisen lähiruoan tarinassa voidaan kertoa sen kulttuurista, ekologisuudesta ja sosiaalisista vaikutuksista. Vaikka kulttuurinen kestävyys onkin jäänyt muiden kestävyiden ulottuvuuksien varjoon, on sitä erityisesti matkailualalla tärkeätä vaalia, sillä tutkimuksen kyselyissä matkailijat osoittivat arvostavansa kulttuuria ja paikallisuutta. Kulttuurin ylläpito ei välttämättä ole aina helppoa ja se saattaa aiheuttaa kustannuksia. Esimerkiksi kulttuuris-historiallisesti arvokkaat rakennukset ovat alkuperäisiä mutta näin ollen myös vanhoja ja ylläpitokuluiltaan kalliimpia kuin uudet.

Matkailusta puhuttaessa ajatellaan usein kaukaisia kohteita ja kestävä matkailun mahdollisuudet tyrmätään toteamalla lentämisen välttämättömyys matkustettaessa. Useat suomalaisetkin matkustavat säännöllisesti kotimaassa, mutta eivät välttämättä miellä ystävien kanssa tehtyä mökkimatkaa tai vierailua sukulaisten luona matkailuksi. Kyselyillä kestävä matkailun määritelmää kysyttäessä osa vastaajista ajatteli kestävä matkailun olevan mahdollista ainoastaan ulkomailla. Todellisuudessa kotimaan matkailu ja erityisesti lähimatkailu voivat olla kestävä matkailua parhaimmillaan. YK:n ympäristöohjelma ja Maailman matkailujärjestö ennustivat julkaisussaan (2005) kotimaan matkailun voimakasta kasvua. Myös tutkimuksen aineistoissa matkailualan toimijat ja matkailijat määrittelivät lähimatkailun edustavan sekä kestävä että

tulevaisuuden matkailua. Kun matkustetaan lähelle, ei matkustamiseen tarvita luontoa kuormittavia matkustusmuotoja, kuten matkailijoiltakin paljon kielteistä huomiota saanutta lentoliikennettä. Kotimaan matkakohteisiin ja lähikohteisiin kulutetut rahat tuovat tuloja alueen matkailutoimijoille ja tukevat heidän toimintansa jatkuvuutta. Paikallisten toimijoiden suosiminen lisäksi säilyttää ja mahdollisesti luo myös uusia työpaikkoja alueelle. Matkailijoiden osoittama kiinnostus omaa kotimaata ja lähialueiden kulttuurisia kohteita kohtaan taas lisää niiden suojelullista arvoa. Lähimatkailulla on siis mahdollista edistää matkailun ekologista, taloudellista, sosiaalista ja kulttuurista kestävyttä.

5.2. Eri toimijat, yhteinen päämäärä

Haastatteluissa matkailualan toimijat painottivat kestävyuden tärkeyttä matkailuelinkeinolle. Matkailun tulee tulevaisuudessa olla entistä kestävämpää, jotta ihmiskunnalla on, mihin matkustaa. Matkailualan toimijat nimittivät kestävyttä matkailun elinehdoksi, joten kiinnostuksen matkailualalla tulee olla sen mukaista. Muun muassa Suomen kestävän kehityksen toimikunta (1995) ja Kiiskinen (2001) väitöskirjassaan korostavat kollektiivista vastuunkantoa kestävän matkailun puolesta. Kestävän matkailun edistäminen ei ole minkään yksittäisen toimijan ratkaistavissa vaan edellyttää kaikkien panostusta. Vastuu matkailun kestävydestä on kaikilla toimijoilla, jotka siihen voivat vaikuttaa, ja vastuu tulee kantaa yhdessä. Yhteiskunnassa toimijoilla on mahdollisuus vaikuttaa toisiinsa ja näin ollen vauhdittaa muun muassa kestävän matkailun edistämistä erilaisilla keinoilla. Valtiot voivat säännöillä ja laeilla säädellä ja ohjailla yritysten toimintaa ja yritykset puolestaan voivat luoda painetta päättäjiin asioiden edistämiseksi. Yritykset voivat vaikuttaa myös toisiinsa, erityisesti yhteistyökumppaneihinsa, vaatimalla omien kestävien hankintaperiaatteidensa mukaisia palveluja ja tuotteita. Ihmisiin yritykset puolestaan vaikuttavat omalla tarjonnallaan ja sen sisällöllä. Myös ihmiset voivat luoda painetta yrityksiin ja päättäjiin kulutusvalinnoillaan sekä toiveillaan ja vaatimuksillaan. Seuraavaksi käsittelen eri toimijoiden roolia kestävän matkailun edistämiseksi.

5.2.1. Tarjontaa, tietoa ja yhteistyötä

Matkailualan toimijoiden rooli korostui tutkimuksen aineiston molemmissa osissa. Matkailualan toimijat korostivat yritysten merkitystä vaihtoehtojen tarjoajina matkailijoille. Kyselyissä matkailualan toimijat nousivat esille, kun matkailijat määrittelivät kestäväää matkailua

palveluntarjoajien vastuullisuuden kautta. Yritysten toiminta pohjautuu arvoihin, joita omistajat haluavat painottaa ja viedä eteenpäin, ja jotka ohjaavat toimintalinjoja, joiden mukaisesti koko yritys toimii. Päätökset toiminnan linjoista, olivat ne kestäviä tai eivät, tulevat yritysten johdolta, minkä vuoksi johtoportaan tietoisuus voidaan nähdä avaimena kestävä matkailun edistämiseen. Erityisesti yritysten johtajia herättelevät kustannussäästöt, ja niihin johtaneet toimet, jotka usein ovat myös ympäristöä säästäviä. Kestäviin toimintaperiaatteisiin panostavissa yrityksissä oleellista on huomioida muutosten aikaulottuvuus. Kestävyttä edistävien toimien vaikutukset, kuten kustannussäästöt, ovat yleensä havaittavissa pidemmällä aikavälillä, eikä niiden tarkastelu lyhyellä aikavälillä näin ollen ole hedelmällistä. Vaikka johto tekee päätökset siitä, mihin asioihin yrityksessä kiinnitetään huomiota, on myös yrityksen henkilökunta tärkeässä roolissa kestävämmän toiminnan toteuttamisessa käytännössä. Kiinnostus kestäviin toimintatapoihin saattaa lähteä henkilökunnasta itsestään, mutta aina henkilökunnan motivoituminen ei ole itsestään selvää. Yrityksen kestävät tavoitteet tulee kommunikoida henkilökunnalle siten, että myös työntekijät omalta osaltaan mahdollistavat kestävä matkailun periaatteiden huomioimisen yrityksessä.

Matkailualalla toimii monenlaisia yrityksiä, joista useiden toiminta saattaa olla hyvinkin kestävällä pohjalla, vaikka asiasta ei laajasti ollakaan tietoisia. Matkailualan toimijat nostivat haastatteluissa esille esimerkiksi pienet tuottajat, joilla usein on paljon tietoa, osaamista ja halua edistää kestävä matkailua, mutta koska he eivät ota omasta toiminnastaan markkinoinnillista hyötyä irti, on siitä kiinnostuneiden kaivettava tarjonta esiin. Paine kestävä matkailun periaatteiden leviämiseksi voi tulla yrityksiltä toisille. Esimerkiksi huomioimalla hankintoihin liittyvissä osto-ohjeissa kestävyden näkökulmat, yritykset valitsevat yhteistyökumppaneitaan. Matkakohteissa erityisesti suuret toimijat ovat merkittäviä koko alueen matkailun kannalta ja voivat luoda painetta kestävä matkailun edistämiseksi muun muassa ottamalla asiat mukaan sopimusneuvotteluihin. Kustannussäästöjen ohella imagolliset hyödyt ovat merkittävä motiivi yrityksille kestävyden näkökulmien huomioimiseen. Kestävyyteen panostaminen voi luoda positiivisen, tietoa levittävän kierteen, jossa ihmisten mielikuvat ajavat yrityksiä edistämään kestäviä toimintatapoja, ja sitä kautta toimintamallit taas voivat levitä eteenpäin ihmisille yrityksen työntekijöiden ja asiakkaiden kautta.

Matkailualan yrityksille on tärkeätä huomioida kaikki asiakkaat ja heidän toiveensa, mutta yrityksillä on myös mahdollisuus tehdä valintoja siitä, miten liiketoimintaansa haluavat pyörittää, sillä kaikkien ihmisten miellyttäminen ei kuitenkaan ole yhdelle yritykselle mahdollista. Kestävän matkailun periaatteiden taustalla olennaista on yrityksen usko omaan toimintaansa. Matkailualan toimijat painottivat malttia kestävän matkailun edistämisessä. Kun yritykset tiedostavat omat kehityksen kohteensa, on oleellista keskittyä asioihin, joihin pystyy vaikuttamaan ja tehdä asioita mahdollisimman hyvin. Siemen kestävälle toiminnalle itää jo siinä, että pyrkii hallitsemaan asioita, joille voi pikkuhiljaa tehdä enemmän ja enemmän. Kestävien toimintatapojen viestiminen vaatii matkailuyrittäjiltä hienovaraisuutta. Sen sijaan, että kestävästä toimintatavoista saarnataan erikseen, tulisi ne suluttaa luonnolliseksi osaksi yrityksen toimintakokonaisuutta. Borg, Kivi ja Partti (2002) mainitsevat kestävän matkailun yhdeksi tavoitteeksi pitkien asiakassuhteiden luomisen. Niiden saavuttamiseksi tulee kestävydestä viestittäessä olla tarkkana, ettei sanoma muutu viherpesuksi, sillä liiallinen informaation tyrkyttäminen saattaa kääntää asian itseään vastaan ja aiheuttaa negatiivisen vastaanoton asiakkaissa. Matkailualan toimijat näkevät kestävän matkailun paljon liiketoimintapotentiaalia sisältävänä tulevaisuuden alana. Matkailuyritysten mahdollisuuksia vielä nousevalla alalla ovat esimerkiksi omat kestävyyttä tukevat innovaatiot, joilla yritykset voivat saada itselleen lisää tunnettuutta ja positiivista imagoa – sekä mahdollisia kustannussäästöjä.

Tärkeimmäksi yksittäisten toimijoiden rooliksi kestävän matkailun edistämisessä nousi tämän tutkimuksen aineistossa vaihtoehtojen tarjoaminen matkailijoille. Kestävyys matkailutoiminnassa koostuu pienistä yksityiskohdista, joihin matkailualan toimijat voivat tarjonnallaan tuottaa ratkaisuja. Yritykset voivat esimerkiksi mahdollistaa julkisen liikenteen käytön hyvällä sijainnillaan, tarjota luomuelintarvikkeita tavallisten rinnalla tai esitellä palveluissaan paikallista kulttuuria. Kun matkailutoimijat nostavat esiin erilaisia, kestävämpiä vaihtoehtoja ja toimintatapoja, avautuu matkailijoille mahdollisuus valita. Tarjonta on kuitenkin tehtävä näkyväksi ja vaihtoehdot tuotava asiakkaan saataville, jotta valinnan tekeminen on mahdollisimman helppoa.

Ihmiset ovat kiinnostuneita tarinoista ja kestävyiden sisällyttäminen tarinoihin voisi lisätä sanoman vaikuttavuutta. Tarjonnan laajuus muodostuu yrityksen omista päätöksistä, joihin voivat vaikuttaa tietoiset valinnat olla käyttämättä ja tarjoamatta kestävän kehityksen periaatteiden vastaisia tuotteita, esimerkiksi ruoan raaka-aineissa. Näin toimiessaan yritykset kannustavat

matkailijoita kestävän matkailun mukaisiin ja sitä edistäviin toimiin. Matkailualan toimijat tiedostavat asiakkaiden muuttuvat tarpeet, jolloin tärkeätä on tarjota kestävyyttä arvostaville asiakkaille mahdollisuus valita omia arvoja vastaava vaihtoehto niin halutessaan. Tutkimus osoitti matkailijoiden arvostavan helppoutta, jolloin myös kestävämpien vaihtoehtojen valitseminen tulisi tehdä matkailijoille mahdollisimman helpoksi ja vaivattomaksi. Matkailualan toimijat voisivat osaltaan edistää valinnan helppoutta tarjoamalla matkapaketteja, joissa kestävyyden ulottuvuudet on huomioitu. Matkailun kestävyyttä tehostaakseen paketoinnin tulisi myös houkutella lähialueen ja kotimaan matkailijoita. Kuten muillakin yhteiskunnan aloilla, myös matkanjärjestäjien valikoimissa kestävien tuotteiden kasvua on jo ollut havaittavissa.

Kyselyissä kestävän matkailun määritelmää kysyttäessä huomattavan suuri osa vastaajista ei tiennyt, mistä on kyse. Jos matkailijat eivät tiedä, mitä kestävä matkailu tarkoittaa, ei myöskään voida olettaa, että he osaisivat toimia sen periaatteiden mukaisesti. Matkailuyritysten rooliin kestävän matkailun edistämiseksi nähdään tässä tutkimuksessa kuuluvan tiedon jakaminen myös kestävyteen liittyen. Tietoa kestävyttä tukevista toimista tulisi levittää niin toimintalinjoja vetävällä johtoportaalalla kuin käytännön työstä vastaavalla henkilökunnalle. Informaation ja tiedon jakamisen kohteena ovat myös matkailijat, joille jaetun tiedon toivottaisiin säilyvän mukana myös kotiin palatessa. Oleellista on, että tietoa pyritään matkailijoille levittämään vaivihkaa, sen enempää asiasta saarnaamatta. Muun muassa erilaisten vaihtoehtojen kautta yritykset voivat osaltaan levittää tietoa ja antaa ohjeita sekä näin ollen yrittää vaikuttaa asiakkaiden käyttäytymiseen ja asenteisiin avaamalla heidän silmiään toisille vaihtoehdoille. Esimerkkiä näyttämällä asiakkaille voidaan opettaa uusia toimintatapoja ja näin ollen vaikutukset saattavat ulottua myös asiakkaisiin, jotka eivät ole aiemmin kiinnittäneet kestävyden ulottuvuuksiin huomiota. Matkailualan toimijat kokivat tärkeäksi yrityksen imagoille sen, että he voivat kertoa asiakkailleen yrityksessä tehtävästä, kestävyttä edistävästä työstä. Kestävyden huomioiminen voi kasvattaa yrityksen tunnettavuutta luomalla asiakkaille mielikuvan järkevästä laadusta.

Matkailualalla harvat yritykset hoitavat kaiken oman toimintansa pyörittämiseen liittyvän itse. Myöskään yksittäisinä toimijoina yritykset eivät voi muuttaa koko matkailualaa vaan tarvitsevat rinnalleen verkoston. Borg, Kivi ja Partti (2002) korostivat teoksessaan yhteistyön merkitystä kestävän kehityksen saavuttamiseksi. Yhteistyön merkitys matkailualalla korostuu, kun matkat koostuvat usean eri toimijan palveluista ja yhteistyökumppaneiden toiminta heijastuu myös

omaan toimintaan. Haastatellut matkailualan toimijat korostivat yhteistyön merkitystä myös kestävän matkailun edistämisessä. Yritysten omia, toiminnan kestävyyttä edistäviä keinoja ei yrityksissä koeta salaisuuksina. Päinvastoin niitä tulisi matkailualan toimijoiden mielestä jakaa avoimemmin, jolloin pyörää ei niin sanotusti tarvitsisi keksiä yhä uudelleen ja uudelleen. Kun useita toimipaikkoja sisältävissä ketjuissa otetaan käyttöön uusia toimintamalleja, leviävät käytännöt nopeasti kaikkiin yksiköihin, mutta yksittäisten yritysten oivallukset saattavat jäädä pitkäksi aikaa yrityksen omaksi tiedoksi. Matkailuala on laaja ja mukaan mahtuu monenlaisia toimijoita, joiden kiinnostus kestävyuden periaatteisiin vaihtelee. Matkailualan toimijat korostivat arvojen kohtaamisen merkitystä yhteistyökumppaneiden valinnassa. Yritykset arvioivat yhteistyökumppaneitaan sekä edellyttävät ja vaativat heiltä omia arvojaan vastaavaa toimintaa. Erityisesti palveluja välittävät toimijat eivät itse hoida matkailun konkreettisia toimintoja, jolloin heidän keinonsa kestävyuden edistämiseksi keskittyvät lähinnä yhteistyökumppaneihin vaikuttamiseen.

Paikallisella yhteistyöllä tuetaan alueen työllisyystilannetta, ja lähitoimijoita suosimalla edistetään paikallisten toimijoiden kasvua. Paikallisia yhteistyöverkostoja ei aina osata hyödyntää, vaikka niissä saattaa piillä huomattava kasvupotentiaali kaikille osallisille. Yhteistyö ei rajoitu ainoastaan yritysten väliseksi yhteistyöksi vaan myös valtioiden välinen yhteistyö helpottaisi useita matkailuun liittyviä käytäntöjä. Jos valtiot yhdistäisivät voimansa niiden välisen matkailun helpottamiseksi, hyötyisivät siitä kaikki osalliset. Esteenä, esimerkiksi valtioiden rajat ylittävän junaliikenteen helpottamiseksi, ovat päättäjien päätökset yhteistyöstä. Brundtlandin komissio raportissaan (1987) korostaakin poliittisten päätösten merkitystä kestävän kehityksen taustalla. Yhteistyötä kestävän matkailun edistämiseksi hankaloittavat erimielisyydet siitä, mitä käsite pitää sisällään sekä vaikeus luoda yhteisiä standardeja sitä määrittämään. Matkailualan toimijat uskovat yleisten standardien luomiseen. Niitä odotellessaan osa yrityksistä on luonut käyttöönsä omia kriteerejä ja kestävyydestä kertovia merkkejä asiakkaiden valintoja helpottamaan.

5.2.2. Valintoja, vaatimuksia ja tekoja

Matkailun jatkuva kasvu kertoo siitä, että vaikka taloutta vaivaa taantuma, matkailevat ihmiset silti. Holden (2002) ja Mustonen (2006) näkevät matkailun arkipäiväistyneen ihmisten elämän osaksi. Myös matkailualan toimijat kokivat, että matkailusta on tullut ihmisille oikeus, josta he eivät halua luopua. Näin ollen matkailuala tapaa yhä enemmän ihmisiä ja alalla on mahdollisuus

vaikuttaa yhä useampaan ihmiseen. Matkailun kestävyys ei kuitenkaan perustu ainoastaan yritysten toimille vaan myös matkailijat vaikuttavat matkailun kestävyteen tekemillään valinnoilla ja teoilla. Borg, Kivi ja Partti (2002) näkevät matkailun kestävyys-olevan riippuvainen ennen kaikkea matkailijoiden omista toimista kohteissa. Matkailualan toimijat kokivat matkailijoiden kiinnostuksen kohdistuvan enemmänkin juuri omiin vaikutusmahdollisuuksiin kuin siihen, mitä yritykset tekevät. Kestävän matkailun edistämiseksi matkailijoiden onkin olennaista keskittyä siihen, mitä he voivat itse tehdä ja malttaa mielensä kestävämmien matkailukäytäntöjen suhteen. Tutkimuksen aineistoissa nousi esille pyyhkeiden ja lakanoiden päivittäinen pesu majoituspaikoissa. Matkailijat eivät kotonakaan vaihda esimerkiksi lakanoita päivittäin, mutta matkaillessaan ihmiset ovat tottuneet käytäntöön. Ihmisten toiminta perustuukin pitkälti tottumuksiin ja myös matkaillessa asiat tehdään kuten aina ennenkin. Kestävämpien toimintatapojen omaksuminen vaatisi siis tottumista, jolloin kestävät teot ja valinnat muuttuisivat arkiksi ja näin ollen tavanomaisiksi. Usein ihmisten omat valinnat ja käyttäytyminen ovat kestävämmän matkailun mukaisia, kun matkaillessa asioista välitetään samalla tavalla kuin kotona ja arjen käyttäytymisnormit pidetään yllä myös matkan aikana.

Elämäntilanteen merkitys korostui kyselyissä verrattaessa kestävyys- näkökulmia muihin matkailuun vaikuttaviin tekijöihin. Pienten lasten vanhemmat arvostivat helppoutta, kun taas muun muassa opiskelijat ja työttömät painottivat hinnan merkitystä. Vaikka hinta ja helppous nousivat niin kysely- kuin haastatteluaineistoissa merkittävimiksi tekijöiksi, ovat muut, myös kestävyys- ulottuvuuksiin liittyvät, tekijät nousemassa niiden rinnalle matkaillessa arvostettaviksi asioiksi. Ylipäätään kyselyaineiston perusteella ihmisten asenteet kestävä matkailua kohtaan olivat positiiviset, mistä kertoo myös se, että vain muutama vastaaja piti kestävyys- huomioimista matkailussa turhana. Suomalainen vaatimattomuus johtaa helposti siihen, että ihmiset väheksyvät omien tekojensa merkitystä. Kyselyissä useampi vastaaja perusteli kestävyys- vähäistä merkitystä itselleen matkaillessa sillä, että matkustaa niin vähän. Matkailijoiden tulisi sisäistää matkailualan toimijoiden parissa jo levinnyt ymmärrys siitä, että pienetkin teot ovat merkityksellisiä kestävä matkailun edistämiseksi. Kun matkailijoiden usko omiin vaikutusmahdollisuuksiin kasvaa, saattaa se muuttaa heidän käyttäytymistään tiedostavammaksi ja vaikuttaa matkaillessa tärkeisiin tekijöihin.

Vaikka ihmiset ovatkin enimmäkseen kiinnostuneita omien tekojensa merkityksestä, ovat matkailualan toimijat huomanneet myös matkailijoiden lisääntyneen kiinnostuksen sitä kohtaan, miten yritykset asioitaan hoitavat. Ylipäättään ihmisten muuttuminen entistä vaativimmiksi on havaittu myös matkailualan yrityksissä. Vaatimalla matkailijoiden on mahdollista levittää tietoa eteenpäin, kun vaatimukset ensin saavat yritykset muuttamaan toimiaan ja muuttuneiden käytäntöjen myötä tieto leviää myös niille asiakkaille, jotka eivät ole asiaa itse ajatelleet. Matkailijat voivat levittää tietoa myös suoraan eteenpäin, yksilöltä toiselle. Tänä päivänä niin hyvät kuin huonot kokemukset ihmisten välillä leviävät nopeasti sosiaalisen median kautta. Asiakkaat puuttuvat yritysten toimintaan usein negatiivisella palautteella vasta, kun jotakin on pielessä tai asioiden kestävä hoitaminen alkaa konkreettisesti näkyä. Positiivinen palaute kestävyiden huomioimisesta sen sijaan kertoisi yrityksille toimien kannattavuudesta ja kannustaisi yrityksiä jatkamaan työtään kestävämmän matkailun edistämiseksi. Vaikka yritykset tarjoavat erilaisia vaihtoehtoja, on asiakas lopulta se, joka päättää omista valinnoistaan. Ottamalla kestävyiden huomioimisen yhdeksi valintaperusteekseen, matkailijat voivat asettua portinvartijan rooliin sen suhteen, miten heidän käyttämänsä matkailupalvelut toteutetaan.

Kyselyaineisto osoitti matkailijoiden olevan yhä kiinnostuneempia paikallisesta ja arvostavan kulttuuria. Matkailijat paitsi haluavat tutustua paikallisiin, vieraisiin kulttuureihin, myös kokevat kotimaassa olevan paljon nähtävää. Ihmiset arvostavat matkailun tuottamia kokemuksia ja elämyksiä sekä haluavat nähdä ja oppia matkoillaan uutta, miksei samalla myös kestävämpää elämäntyyliä tukevia tapoja. Matkailijoiden tiedon nälän huomioiminen on tärkeätä matkailualan yrityksille omien tuotteiden ja palveluiden suunnittelussa. Matkailualan toimijat nostivat esiin nuorten ja tulevien sukupolvien roolin kestävä matkailun edistämisessä. Nuoret nähdään tämän hetken etujoukkona maailmaa muuttamassa sekä nyt päiväkodeissa ja kouluissa kestäviä elämäntapoja oppivat lapset tulevaisuudessa käyttäytymismalleja eteenpäin vievinä. Pinttyneiden tapojen mukaan toimivien aikuisten sijaan lapsiin vaikuttaminen nähdään mahdollisena sekä lapset edelleen kanavana, jonka kautta myös aikuiset voivat oppia. Matkailualan toimijat näkivät lasten ja lastenlasten syntymät aikuisia herättelevinä tapahtumina. Kyselyissä omaa kestävä matkustamista perusteltiin sillä, että myös lapsille jäisi mahdollisuus matkustaa.

5.2.3. Kestävä matkailu – tulevaisuuden matkailu

Matkailun kehityssuunnat seuraavat yhteiskunnassa vallitsevia suuntauksia. Yhteiskunnallisessa keskustelussa ja sitä kautta myös mediassa pinnalla olleet aiheet puhuttavat myös matkailun parissa. Tutkimuksen kyselyissä muun muassa matkailun kuormittavuuteen liittyvät jätteiden käsittely, luonnonvarojen kestävä käyttö, saasteet, hiilijalanjälki, energian kulutus ja talous ylipäättään nousivat myös matkailun kestävyttä määrittäviksi tekijöiksi. Vaikka kestävyys usein liitetään sen ekologiseen ulottuvuuteen, ei paljon esillä ollutta luomua yhdistänyt kestävään matkailuun kuin muutama vastaaja. Sen sijaan lähiruoan saaman mediahuomion myötä noussut lähimatkailu esiintyi vastauksissa kestävä matkailua määrittävänä ja ihmisten kiinnostuksen kohteena. Ihmiskunnan tuhlaavaa käyttäytymistä on pidetty kestävä kehityksen esteenä. Niin kysely- kuin haastatteluaineistossa puhuttiinkin kestävä matkailun yhteydessä järkevästä kulutuksesta, mikä ylipäättään tuntuu tänä päivänä olevan ihmisille tärkeätä pääasiassa taloudellisista tai ekologisista syistä johtuen. Yhteiskunnassa ja ihmisissä on tapahtunut muutos, kun arvostus on siirtynyt kertakäyttöisestä krääsistä pitkäikäiseen designiin.

Matkailu on maailmanlaajuisesti kasvava, työpaikkoja luova ala. Kestävä matkailun huomioiminen matkailussa nähdään välttämättömänä edellytyksenä matkailun kasvun jatkumiselle. Matkailualan toimijat korostivat haastatteluissa sitä, että matkailualalla on tulevaisuudessa yhä enemmän kiinnitettävä huomioita kestävyteen, jotta löydetään tavat, joiden kautta matkailu voi jatkua. Kestävyden huomioimisen välttämättömyyteen ei ehkä vielä ole matkailualalla suuressa määrin herätty, mutta tulevaisuudessa se nähdään merkittävänä toimintaa ohjaavana tekijänä. Matkailualan toimijat kokivat yritysten huomioivan kestävyden omassa matkailussaan yksittäisiä matkailijoita aktiivisemmin. Yritysten toimintaa ohjaavat arvot, ja matkustamista niiden pohjalta rakennettu matkustuspolitiikka. Matkustukseen liittyvillä ohjeillaan yritykset luovat painetta matkailualan toimijoille toteuttaa matkat yrityksen arvojen mukaisesti. Yrityksissä ihmiset ovat kuitenkin ne, jotka matkustavat ja huomioimalla kestävyden näkökulmat matkojen osana, viestivät yritykset samalla työntekijöilleen, ja mahdollisesti myös yhteistyökumppaneilleen ja asiakkailleen, kestävä matkailua tukevia matkustamisen tapoja.

Kuten Borg, Kivi ja Partti (2002) toteavat, on matkailun kestävyteen herätty matkailun ympäristövaikutusten havaitsemisen myötä. Yhteiskunnallisessa keskustelussa esillä olleet liikenteen päästöt ja maailman miljoonakaupungeissa havaittavat savusumut ovat korostaneet

liikkumisen tapojen merkitystä. Kyselyaineistossa ihmiset nostivatkin lentoliikenteen matkailun isoksi pahaksi sudeksi. Matkailualan toimijat näkivät teknisen kehityksen mahdollistamat vähäpäästöisemmät kulkuneuvot osana tulevaisuuden matkailua. Myös hitaamman matkailun, esimerkiksi perinteisen junamatkailun muodossa, arveltiin nostavan suosiotaan, kun kokemusten merkitys matkailussa kasvaa ja kiireiset ihmiset haluavat nauttia myös itse matkasta päämäärän lisäksi. Haastatteluissa esille nousseita, matkailuun vaikuttavia yhteiskunnallisia suuntauksia ovat myös yksilöllisyyden arvostaminen ja mobiilipalveluiden kehittyminen. Matkailualalla käytössä olevat mobiilipalvelut paitsi konkreettisesti vähentävät paperin käyttöä, palvelevat myös matkailijoiden yksilöllisiä tarpeita, kun matkailijat saavat tietoa, opastusta ja vinkkejä haluamistaan asioista, haluamaansa aikaan. Mobiilipalveluiden ja sosiaalisen median käyttö viestinnässä tavoittaa erityisen hyvin nuoret, jotka haastatteluissa nähtiin matkailijoiden osalta kestävän matkailun edelläkävijöinä.

Matkailualan toimijat korostivat kestävän matkailun olevan vasta alkutaipaleellaan. Matkailun kestävyudessa on paljon liiketoiminnallisia mahdollisuuksia, joissa piilevää potentiaalia ei vielä ole täysin ymmärretty hyödyntää. Kestävyyden näkökulmien huomioimisessa matkailuala tarvitsee tukea niin matkailijoilta kuin yhteiskunnalta. Valtiot on sitoutettava mukaan kestävän matkailun edistämiseen sekä valtioiden, kuntien ja järjestöjen tuki varmistettava yritysten, erityisesti pienten toimijoiden, kestävyttä tukeville innovaatioille. Päättäjiltä vaaditaan päätöksiä, sillä yhteiskunnan rakenteet voivat sekä mahdollistaa että estää useita matkailualan käytäntöjä. Matkailualan toimijat korostivat myös kaupunkien ja kuntien roolia kestävän matkailun edistämisessä. Kaupungit voivat matkailua kehittävien ja markkinoivien yleisorganisaatioidensa johdolla edistää kestävä matkailua kaupunkitasolla. Kestävyyteen panostaminen tarjoaa kaupungeille imagohyötyä sekä keinon erottua muista matkailijoita tavoittelevista kaupungeista – kunhan asiat tuodaan näkyväksi. Yhteiskunnallisia toimijoita ja matkailuyrityksiä tarvitaan helpottamaan matkailijoiden kestävien valintojen tekoa. Muut matkavalintoihin vaikuttavat tekijät saattavat olla ristiriidassa kestävien arvojen kanssa tai matkailijoiden ei välttämättä ole edes mahdollista toimia kestävästi, vaikka he haluaisivat. Kyselyaineistossa matkailijat muun muassa ihmettelivät sitä, että ulkomaanmatkat lentoineen saattavat olla halvempia kuin matkustaminen kotimaassa. Ristiriitojen välttämiseksi matkailun rakenteet ja tarjonta tulee tehdä kestäviä valintoja tukeviksi.

Yksi suurin hidaste kestävän matkailun leviämisessä on kuilu sanojen ja tekojen välillä. Matkailuun vaikuttavista tahoista: valtioista, yrityksistä ja matkailijoista, osa tekee kestävän matkailun edistämiseksi paljon ja hyvää työtä, mutta suurella osalla vakuuttavat sanat eivät kohtaa tekoja. Tutkimuksen aineisto osoittaa sen, että kiinnostusta ja halua matkailun kestävyyslöytöön löytyy usealta eri taholta. Matkailualan toimijat tunnistivat ihmisissä rehellistä kiinnostusta kestäviä toimintatapoja kohtaan, mutta itse kestävämmän valinnan tekemisen koettiin olevan kiinni ajattelutavoista, joiden muuttaminen vaatii vielä aikaa. Myös matkailijat tiedostivat omien valintojensa merkityksen muun muassa kulkuvälineiden ja matkakohteiden valinnassa. Osa vastaajista ilmaisi suoraan toimivansa sen vastaisesti, minkä tietävät kestäväksi. Osa ihmisistä taas haluaa miellyttää vastauksillaan, jolloin kestävyysmerkitys sanoissa ei välttämättä toteudu teoissa. Ristiriita sanojen ja tekojen välillä saattaa johtua myös siitä, etteivät matkailijat tiedä, miten muuttaa halunsa toimia kestävyttä edistäviksi teoiksi. Kyselyihin vastanneet muun muassa halusivat tukea paikallista ja kokivat sen tärkeäksi kestävän matkailun kannalta. Eri asia kuitenkin on, tietävätkö he todella, milloin tukevat paikallista ja edistävät matkailun kestävyttä ja milloin matkailutulot todellisuudessa virtaavatkin paikallisten ohi.

6. Yhteenveto – Neljä ulottuvuutta, useita toimijoita

Kestävyyden kaikki neljä ulottuvuutta esiintyvät tutkimuksen aineistoissa erilaisilla painotuksilla. Ekologista kestävyttä painotetaan mutta toisaalta pidetään myös jo itsestään selvänä kestävyiden osa-alueena ja huomion kohteena. Sosiaalinen kestävyys taas on noussut tämän hetken puheenaiheeksi hyvinvointia ja oikeudenmukaisuutta painottavassa maailmassa. Ekologisen kestävyiden mukanaan tuomat kustannussäästöt ja globaalisti puhuttanut maailman taloudellinen tilanne ovat kiinnittäneet huomion taloudelliseen kestävyteen. Kulttuuri tulee aina olemaan matkailualalla yksi toiminnan perusteista, jota myös matkailijat arvostavat, joten sen suojeleminen kulttuurisen kestävyiden kautta on tärkeää. Kotimaan matkailu ja lähimatkailu toimivat esimerkkeinä matkailusta, joka parhaimmillaan huomioi kestävyiden kaikki neljä ulottuvuutta.

Matkailualaan ja sen kehitykseen vaikuttavat useat eri tahot, joiden kaikkien vastuu matkailun kestävydestä korostuu tutkimuksessa. Toimijoilla on velvollisuus vaikuttaa niin omaan toimintaansa kuin alan kehitykseen, mutta myös toisiinsa. Vaihtoehtoja tarjoamalla, kestävyiden sanomaa levittämällä ja yhteistyöllä yritykset saavuttavat sekä kustannussäästöjä että positiivista imagoa, mutta toimivat myös matkailun kestävyiden edistämiseksi. Kestävyiden ulottuvuudet huomioiva toiminta avaa onnistuessaan reittejä kohti kestävä matkailua mutta epäonnistuessaan toimii esteenä kestävä matkailun tiellä. Esimerkiksi ihmisiin vaikuttamalla yritykset voivat levittää tietoa ja edistää kestävä matkailua, mutta jos vaikuttaminen kääntyy viherpesuksi, kääntää se myös ihmiset asiaa vastaan. Myös yhteistyö voi onnistuessaan edistää kestävä matkailua, mutta puuttuessaan estää hyvien käytäntöjen leviämisen. Yritysten välisessä yhteistyössä kestävä matkailun kannalta oleellista on paikallinen yhteistyö. Yhteistyö kestävä matkailun edistämiseksi ei kuitenkaan rajoitu ainoastaan yritysten väliseen yhteistyöhön vaan vaatii yhteistyötä myös matkailijoiden ja valtioiden kanssa sekä valtioiden välillä. Niin kansallinen kuin paikallinen hallinto on merkittävä roolissa oman vaikutuspiirinsä matkailun kehittämisessä.

Yhteiskunnalliset keskustelunaiheet heijastuvat matkailuun, ja niiden esiin nostamat huolenaiheet saavat myös matkailualan etsimään uusia käytäntöjä. Matkailualan jatkuva kasvu kertoo kuitenkin siitä, että ihmiset matkailevat maailman tilasta ja esitetyistä huolista huolimatta. Omilla valinnoilla ja teoilla matkailijat voivat vaihtaa vanhoja tottumuksiaan uusiin, kestävä matkailua edistäviin

käytäntöihin. Muutokset tavoissa edellyttävät tutkimuksessa korostuneiden helppojen sanojen muuttamista merkittäviksi teoiksi. Uusien tapojen omaksumista vauhdittaa usko omiin vaikutusmahdollisuuksiin. Uusissa sukupolvissa elää myös kestävän matkailun tulevaisuus niin matkailijoiden kuin tulevien matkailualan vaikuttavien toimijoiden muodossa.

7. Lopuksi

Aiempi tutkintoni matkailun alalta sekä nykyiset ympäristöpolitiikan opintoni ovat saaneet minut miettimään näiden aiheiden yhdistymiskohtia. Kun minulle avautui Teknologian tutkimuskeskus VTT:n kestäviä markkinoita tutkivan SHAPE-tutkimushankkeen myötä mahdollisuus tutkia kestävä matkailua, tuntui aihe vastaukselta näiden kahden yhdistämiseen. Tutkimuksen taustakirjallisuus avasi minulle näkemyksen kestävä kehityksen ja sitä kautta kestävä matkailun eri ulottuvuuksiin ja monipuolisuuteen. Aineistonkeruun yhteydessä tutustuin aiheeseen käytännöntasolla niin potentiaalisten matkailijoiden mielipiteiden kuin käytännöntyötä tekevien matkailualan toimijoiden kokemusten ja näkemysten kautta. Taustakirjallisuus loi monitahoisen, mutta kuitenkin selkeän kuvan kestävydestä kokonaisuutena. Aineisto herätti minut siihen, ettei kestävä kehitys käsitteenä ja sen periaatteet ole kaikille selviä, puhumattakaan kestävä matkailun käsitteestä. Kestävä kehitys saattaa olla terminä tuttu, mutta se ei tarkoita sitä, että sen sisältö ymmärrettäisiin. Kestävyys voidaan ymmärtää monella eri tavalla, mikä luonnollisesti johtaa myös kestävä matkailun käsitteen monitahoiseen määrittelyyn.

Maailmassa, jossa muutenkin etenkin länsimaisten ihmisten pitäisi omaksua kestävämpi elämäntyyli maapallon kantokyvyn säilyttämiseksi, tulee myös matkailun omaksua kestävämmät tavat toimia. Välinpitämättömyydellä ekologisia arvoja, sosiaalista oikeudenmukaisuutta, taloudellista kulutusta ja kulttuurien säilyttämistä kohtaan matkailu sahaa omaa oksaansa. Jos toiminnan perustuksista ja edellytyksistä ei huolehdita, ei toiminta voi myöskään jatkua pitkäikäisenä. Nimenomaan jatkuvuuden turvaaminen on mielestäni yksi oleellisimmista syistä sille, että matkailukehityksen kurssi muuttuu kestävämpään suuntaan. Onkin hienoa, että matkailualan toimijat ovat asiaan heränneet ja jopa nimeävät kestävä matkailukehityksen matkailun elinehdoksi. Kuitenkaan sanat yksin eivät riitä, vaan sanojen pitää johtaa tekoihin kestävä matkailun edistämiseksi.

Voidaan sanoa, että kestävin matkailu on se, ettei matkailla ollenkaan. Matkailu kestävästi toteutettuna voi kuitenkin tuottaa myös hyvää ympärilleen, sillä suuressa osassa maailmaa matkailu on tärkein tai yksi tärkeimmistä elinkeinoista. Jos matkailijat näiltä alueilta katoavat, menettävät paikalliset tulonlähteensä. Kun matkailun käytännöt hoidetaan järkevästi ja kestävästi, voi matkailu edistää paikallista hyvinvointia ja jopa johtaa paikallisen luonnon, ympäristön ja

kulttuurien suojelemiseen. Matkailijoiden osoittama kiinnostus esimerkiksi uhanalaisia lajeja kohtaan on jo johtanut niiden suojelemiseen, ja uskon tämän ilmiön toistuvan eri puolilla maailmaa. Mitä enemmän kestävyiden ulottuvuuksien huomioiminen ylipäättään leviää ihmisten omissa elämäntavoissa ja valinnoissa, sitä enemmän kiinnitetään huomiota myös matkailun kestäviin muotoihin. Kun kestävät tavat pikkuhiljaa arkipäiväistyvät, on yhä olennaisempaa, että matkailijat noudattavat matkoillaan arjen normejaan. Matkailun kasvun ohella syntyy myös uusia matkailun muotoja, joiden tulevaisuudessa uskon yhä enemmän huomioivan myös kestävyiden eri ulottuvuudet. Matkailun kestävyiden eteen on jo tehty paljon mutta vielä on tehtävää jäljellä – kestävä matkailun tarina on vasta alussa.

LÄHTEET

Alastalo, M. & Åkerman, M. 2010. Asiantuntijahaastattelun analyysi: faktojen jäljillä. Teoksessa Ruusuvuori, J., Nikander, P. & Hyvärinen, M. (toim.) Haastattelun analyysi. Tampere: Vastapaino. 372-392.

Assadourian, E. 2010. The rise and fall of consumer cultures. Teoksessa State of the world: transforming cultures from consumerism to sustainability: A Worldwatch Institute report on progress towards a sustainable society. Lontoo: Earthscan. 3-20.

Bebbington, J. 2007. Accounting for sustainable development performance. Amsterdam: CIMA.

Borg, P., Kivi, E. & Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi. Matkailusuunnittelun periaatteet ja käytännöt. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.

Eskola, J. & Vastamäki, J. 2001. Teemahaastattelu: Opit ja opetukset. Teoksessa Aaltola, J. & Valli, R. (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä: PS-Kustannus. 24-42.

Frantsilan Hyvän Olon Keskus Internet-sivut.

<http://www.frantsilanhyvanolonkeskus.fi/fi/Etusivu.html>. [Viitattu 29.5.2013.]

GreenEvent Internet-sivut. Juuret: Tänään.

http://greenevent.fi/index.php?option=com_content&view=article&id=5%3Akasvu&catid=5&Itemid=4. [Viitattu 29.5.2013.]

Gunn, C. A. 2002. Tourism planning: basics, concepts, cases. 4. painos. New York: Routledge.

Haila, Y. 2001. "Ympäristöherätys". Teoksessa Haila, Y. & Jokinen, P. (toim.) Ympäristöpolitiikka. Mikä ympäristö, kenen politiikka. Tampere: Vastapaino. 21-46.

Haila, Y. & Levins, R. 1992. Ekologian ulottuvuudet. Tampere: Vastapaino.

Hall, C.M. 2000. Tourism planning: policies, processes and relationships. Harlow: Pearson Education.

Harju-Autti, P. 2011. Ympäristötietoisuuden ytimessä on hyvä elämä. Teoksessa Harju-Autti, P., Neuvonen, A. & Hakkarainen, L. (toim.) Ympäristötietoisuus: suomalaiset 2010-lukua tekemässä. Helsinki: Rakennustieto. 8-20.

Hemmi, J., Lehtinen, J. R. & Vuoristo, K-V. 1987. Matkailu ja matkailijat. Helsinki: WSOY.

Hemmi, J. & Vuoristo, K-V. 1993. Matkailu. Helsinki: WSOY.

Hiking Travel, Hit Ky Internet-sivut. Yritysesittely. <http://www.hikingtravelhit.fi/yritysesittely.htm>. [Viitattu 29.5.2013.]

- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2011. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2000. Tutki ja kirjoita. 6. painos. Helsinki: Tammi.
- Hoffrén, J. 1997. Ympäristotaloustieteen näkökulma. Teoksessa Pietarinen, J., Jokinen, P., Järvikoski, T., Hoffrén, J. & Gustafsson, J. (toim.) Ympäristönsuojelu ja yhteiskunta. Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskuksen julkaisuja. Turku: Turun yliopisto. 99–142.
- Holden, A. 2000. Environment and tourism. London: Routledge.
- Kiiskinen, A-L. 2001. Ympäristöhallinto vastuullisen elämäntavan edistäjänä. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Liu, Z. 2003. Sustainable tourism development: a critique. Journal of Sustainable Tourism 11 (6): 459–475.
- Mowforth, M. & Munt, I. 2003. Tourism and sustainability: development and new tourism in the Third World. 2. painos. London: Routledge.
- Mustonen, P. 2006. Postmodern tourism: alternative approaches. Turun kauppakorkeakoulun julkaisu: Sarja A-2:2006. Turku: Turku School of Economics and Business Administration.
- Rakennustutkimus RTS Oy. 2012. Kävijä- ja näytteilleasettajatutkimus. Asuntomessut Tampereella 2012. Suomen asuntomessut.
- Ruusuvuori, J. 2010. Vuorovaikutus ja valta haastattelussa – keskusteluanalyttinen näkökulma. Teoksessa Ruusuvuori, J., Nikander, P. & Hyvärinen, M. (toim.) Haastattelun analyysi. Tampere: Vastapaino. 269-299.
- Ruusuvuori, J., Nikander, P. & Hyvärinen, M. 2010. Haastattelun analyysin vaiheet. Teoksessa Ruusuvuori, J., Nikander, P. & Hyvärinen, M. (toim.) Haastattelun analyysi. Tampere: Vastapaino. 9-36.
- Salonen, A. O. 2010. Kestävä kehitys globaalin ajan hyvinvointiyhteiskunnan haasteena. Helsinki: Helsingin yliopisto, käyttäytymistieteellinen tiedekunta, opettajankoulutuslaitos.
- Scandic Internet-sivut. Meistä: Historiamme. <http://www.scandichotels.fi/settings/Side-foot/About-us-Container-/Tietoa-yrityksesta/Historiamme/>. [Viitattu 29.5.2013.]
- Sivistyssanakirja. 2013. Kehitys. Suomi Sanakirja Internet-sivusto. <http://www.suomisanakirja.fi/kehitys>. [Viitattu 17.6.2013.]
- Suomen kestävän kehityksen toimikunta. 1995. Kestävä kehitys: lähivuosien toimenpiteitä Suomessa ja Suomen kansainvälisessä yhteistyössä. Helsinki: Ympäristöministeriö.

Synonymisanakirja. 2013. Kestävä. Suomi Sanakirja Internet-sivusto.
<http://synonymit.fi/kest%C3%A4v%C3%A4>. [Viitattu 17.6.2013.]

Särkänniemi Internet-sivut. Särkänniemi yrityksenä. <http://www.sarkanniemi.fi/fi/sarkanniemi-yrityksena>. [Viitattu 30.5.2013.]

UNEP & WTO. 2005. Making tourism more sustainable. A guide for policy makers.
<http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DITx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf>. [Viitattu 14.5.2013.]

UNWTO. 2005. Sustainable development of tourism. Definition.
<http://sdt.unwto.org/en/content/about-us-5>. [Viitattu 4.2.2013.]

UNWTO. 2012. Tourism highlights. 2012 edition.
http://dtxtq4w60xqp.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights12enlr_1.pdf.
[Viitattu 14.5.2013.]

UNWTO. 2013. International tourism to continue robust growth in 2013. UNWTO Press Release PR13006, 28.1.2013. <http://media.unwto.org/en/press-release/2013-01-28/international-tourism-continue-robust-growth-2013>. [Viitattu 14.5.2013.]

Valli, R. 2001a. Kyselylomaketutkimus. Teoksessa Aaltola, J. & Valli, R. (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä: PS-Kustannus. 100-112.

Valli, R. 2001b. Mitä numerot kertovat? Teoksessa Aaltola, J. & Valli, R. (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. Jyväskylä: PS-Kustannus. 158-171.

World Commission on Environment and Development. 1987. Our common future. Oxford: Oxford University Press.

LIITTEET

Liite 1. Ensimmäisen kyselyn kyselylomake



MATKAILUTUTKIMUS

1. Sukupuoleni: ☐ Nainen ☐ Mies
2. Ikäni: ☐ alle 18 ☐ 18 – 25 ☐ 26 – 35 ☐ 36 – 45
☐ 46 – 55 ☐ 56 – 65 ☐ 66 – 75 ☐ yli 75
3. Asuinalueeni: ☐ Suuri kaupunki (yli 100 000 asukasta)
☐ Pieni/keskisuuri kaupunki
☐ Maaseutu
☐ Muu, mikä? _____
4. Tyypillisimmin matkustan (valitse sopivat vaihtoehdot):
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> kotimaassa | <input type="checkbox"/> valmismatkalla |
| <input type="checkbox"/> ulkomailla | <input type="checkbox"/> vapaa-ajalla |
| <input type="checkbox"/> työmatkalla | <input type="checkbox"/> omatoimimatkalla |
| <input type="checkbox"/> omissa kohteissani (sukulaisten luona, kesämökillä jne.) | |
5. Tyypillisimmin matkustan (valitse sopivat vaihtoehdot):
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> yksin | <input type="checkbox"/> kaksin |
| <input type="checkbox"/> perheen kanssa | <input type="checkbox"/> ystävien kanssa |
| <input type="checkbox"/> muutoin, miten? _____ | |
6. Minulle tärkeitä seikkoja matkustaessani ovat:
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> julkisten liikennevälineiden suosiminen | <input type="checkbox"/> kävelyn ja pyöräilyn suosiminen |
| <input type="checkbox"/> matkareittien suunnittelu etukäteen | <input type="checkbox"/> itselle uusi matkakohde |
| <input type="checkbox"/> paikallisten palveluiden suosiminen | <input type="checkbox"/> yksilöllisyys ja omannäköisyys |
| <input type="checkbox"/> kulttuuris-historiallisen ympäristön säilyttäminen | <input type="checkbox"/> lyhyt matkustusaika |
| <input type="checkbox"/> hiilijalanjäljen pienenä pitäminen | <input type="checkbox"/> ympäristökuormituksen minimointi |
| <input type="checkbox"/> lähikohteiden suosiminen | <input type="checkbox"/> luonnon suojeleminen kohteessa |
| <input type="checkbox"/> ympäristöystävällisen majoituksen valinta | <input type="checkbox"/> vastuullisten toimijoiden suosiminen |
| <input type="checkbox"/> paikallisen kulttuurin ja tapojen huomioiminen | <input type="checkbox"/> matkustusmukavuus |
| <input type="checkbox"/> helppous, vaivattomuus, stressittömyys | <input type="checkbox"/> tuttu matkakohde |
| <input type="checkbox"/> matkustamisen hinta | <input type="checkbox"/> spontaanius ja yllätyksellisyys |
| <input type="checkbox"/> muut, mitkä _____ | |

Miksi? _____



Tervetuloa vastaamaan kyselyyn!

Hei,

Tässä VTT:n järjestämässä kyselyssä tutkitaan kestävää matkailua. Kysely on osa TEKESin rahoittamaa SHAPE-projektia, joka pyrkii edistämään kestävää kehitystä yhteiskunnan eri sektoreilla.

Kyselyn täyttämiseen menee noin viisi minuuttia. Kaikki tulokset käsitellään luottamuksellisesti ja anonymisti. Vastaa huolellisesti jokaiseen kysymykseen. Kiitos etukäteen!

Kyselyn tehtyäsi voit halutessasi jättää yhteystietosi erillisellä lomakkeella. Kaikkien kyselyyn vastanneiden ja yhteystietonsa jättäneiden kesken arvotaan viikoittain kahden hengen Holiday Inn – majoituslahjakortteja. Lisäksi pakettiin sisältyy viikoilla 29 ja 30 kaksi Särkänniemen elämysavainta ja viikoilla 31 ja 32 lippuja Tampere-talon näytöksiin.

1. Mitä sinulle tarkoittaa kestävä matkailu? Minkälaista matkailua kestävä matkailu sinulle on, mitä sanapari tuo mieleesi?

MATKAILUTUTKIMUS

2. Sukupuoleni: ☐ Nainen ☐ Mies
3. Ikäni: ☐ alle 18 ☐ 18 – 25 ☐ 26 – 35 ☐ 36 – 45
☐ 46 – 55 ☐ 56 – 65 ☐ 66 – 75 ☐ yli 75
4. Asuinalueeni: ☐ Suuri kaupunki (yli 100 000 asukasta)
☐ Pieni/keskisuuri kaupunki
☐ Maaseutu
☐ Muu, mikä? _____
5. Tyypillisimmin matkustan (valitse sopivat vaihtoehdot):
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> kotimaassa | <input type="checkbox"/> valmismatkalla |
| <input type="checkbox"/> ulkomailla | <input type="checkbox"/> vapaa-ajalla |
| <input type="checkbox"/> työmatkalla | <input type="checkbox"/> omatoimimatkalla |
| <input type="checkbox"/> omissa kohteissani (sukulaisten luona, kesämökillä jne.) | |
6. Tyypillisimmin matkustan (valitse sopivat vaihtoehdot):
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> yksin | <input type="checkbox"/> kaksin |
| <input type="checkbox"/> perheen kanssa | <input type="checkbox"/> ystävien kanssa |
| <input type="checkbox"/> muutoin, miten? _____ | |
7. Minulle tärkeitä seikkoja matkustaessani ovat (valitse sopivat vaihtoehdot):
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> julkisten liikennevälineiden suosiminen | <input type="checkbox"/> kävelyn ja pyöräilyn suosiminen |
| <input type="checkbox"/> matkareittien suunnittelu etukäteen | <input type="checkbox"/> itselle uusi matkakohde |
| <input type="checkbox"/> paikallisten palveluiden suosiminen | <input type="checkbox"/> yksilöllisyys ja omannäköisyys |
| <input type="checkbox"/> kulttuuris-historiallisen ympäristön säilyttäminen | <input type="checkbox"/> lyhyt matkustusaika |
| <input type="checkbox"/> hiilijalanjäljen pienenä pitäminen | <input type="checkbox"/> ympäristökuormituksen minimointi |
| <input type="checkbox"/> lähikohteiden suosiminen | <input type="checkbox"/> luonnon suojeleminen kohteessa |
| <input type="checkbox"/> ympäristöystävällisen majoituksen valinta | <input type="checkbox"/> vastuullisten toimijoiden suosiminen |
| <input type="checkbox"/> paikallisen kulttuurin ja tapojen huomioiminen | <input type="checkbox"/> matkustusmukavuus |
| <input type="checkbox"/> helppous, vaivattomuus, stressittömyys | <input type="checkbox"/> tuttu matkakohde |
| <input type="checkbox"/> matkustamisen hinta | <input type="checkbox"/> spontaanius ja yllätyksellisyys |
| <input type="checkbox"/> muut, mitkä? _____ | |

Miksi? _____

8. Mitkä seuraavista tekijöistä kuvaavat mielestäsi ekologista/ympäristöystävällistä matkailua (valitse sopivat vaihtoehdot)?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> julkisten liikennevälineiden suosiminen | <input type="checkbox"/> kävelyn ja pyöräilyn suosiminen |
| <input type="checkbox"/> matkareittien suunnittelu etukäteen | <input type="checkbox"/> itselle uusi matkakohde |
| <input type="checkbox"/> paikallisten palveluiden suosiminen | <input type="checkbox"/> yksilöllisyys ja omannäköisyys |
| <input type="checkbox"/> kulttuuris-historiallisen ympäristön säilyttäminen | <input type="checkbox"/> lyhyt matkustusaika |
| <input type="checkbox"/> hiilijalanjäljen pienenä pitäminen | <input type="checkbox"/> ympäristökuormituksen minimointi |
| <input type="checkbox"/> lähikohteiden suosiminen | <input type="checkbox"/> luonnon suojeleminen kohteessa |
| <input type="checkbox"/> ympäristöystävällisen majoituksen valinta | <input type="checkbox"/> vastuullisten toimijoiden suosiminen |
| <input type="checkbox"/> paikallisen kulttuurin ja tapojen huomioiminen | <input type="checkbox"/> matkustusmukavuus |
| <input type="checkbox"/> helppous, vaivattomuus, stressittömyys | <input type="checkbox"/> tuttu matkakohde |
| <input type="checkbox"/> matkustamisen hinta | <input type="checkbox"/> spontaanius ja yllätyksellisyys |
| <input type="checkbox"/> joku muu, mikä? _____ | |

9. Vaikuttavatko ympäristöystävälliset tekijät matkasuunnitelmiisi?

- | | | |
|---|---|-------------------------------------|
| <input type="radio"/> vaikuttavat paljon | <input type="radio"/> vaikuttavat jonkin verran | |
| <input type="radio"/> eivät juurikaan vaikuta | <input type="radio"/> eivät vaikuta ollenkaan | <input type="radio"/> en osaa sanoa |

Miten? _____

10. Millaisena näet matkailusi lähitulevaisuudessa?

Liite 3. Haastattelurunko matkailualan toimijoiden haastatteluihin

1. Taustatiedot:

1.1 Haastateltavan nimi

1.2 Edustama yritys ja yrityksen toimiala

- Haastateltavan omin sanoin, miten yritys sijoittuu omalla alallaan/suhteessa kilpailijoihin nähden.

-> Millä mittareilla mitattuna?

-> Kuinka merkittävä toimija alallaan?

1.3 Yrityksen historia:

1.3.1 Kuinka kauan toiminut?

1.3.2 Keskeiset asiakasryhmät?

1.3.3 Miten toiminta kehittynyt vuosien varrella?

- Kasvu: kasvuun johtaneet tekijät?

- Muutokset omassa yrityksessä?

- Miksi näkee, että näin on käynyt?

1.4 Yrityksen toimintaperiaatteet, tärkeät arvot liiketoiminnan pohjalla?

1.4.1 Mitkä ovat yritykselle tärkeitä arvoja?

1.4.2 Onko kestävyys ylipäättään yrityksen toiminnassa mukana? Jos on, kuinka tärkeä?

1.5 Haastateltava:

1.5.1 Kuinka kauan toiminut yrityksessä? / Millainen työura ollut?

1.5.2 Työhistoria/ Tehtävä(t) yrityksessä?

1.5.3 Kuinka kauan toiminut matkailualan parissa, haastateltavan oma historia matkailualalla?

2. Kestävä matkailu:

Käsitteenä

2.1 Millaisena näkee kestävyiden roolin ylipäättään matkailun alalla?

2.1.1 Miten ja milloin nämä asiat ovat nousseet esille matkailun alalla?

2.1.2 Missä ja miten haastateltava joutunut tekemisiin kestävä matkailun kysymysten kanssa?

2.2 Millaisena *'kestävä matkailu'* näyttäytyy oman yrityksen näkökulmasta? Miten kestävän matkailun tai kestävyysmatkailun palveluissa määritteli oman yrityksen näkökulmasta?

2.3 Mitkä tekijät matkailussa koetaan kestäviksi yrityksen näkökulmasta? Ovatko kyseiset tekijät tärkeitä yritykselle/tärkeä osa yrityksen toimintaa?

2.4 Miten kestävyys otetaan huomioon omassa toiminnassa? Tukeeko oma toiminta kestävä kehitystä? Panostetaanko kestävyysmatkailun osana omaa liiketoimintaa?

2.4.1 Miksi panostaa/Miksi ei panosta?

2.4.2 Jos panostanut, onko ollut ongelmia kehittää omaa toimintaa kestävämpään suuntaan?

2.5 Minkälaiset/mitkä matkailukohteet kokee kestävinä?

Omassa toiminnassa

2.6 Onko yrityksellä tarjolla kestäviä matkailutuotteita?

- Jos on, mitä?

- Jos ei, miksi?

2.7 Mikä käsitys yrityksellä on siitä, ovatko matkailijat ylipäänsä kiinnostuneita ympäristöasioista matkaillessaan? Ovatko yrityksen asiakkaat osoittaneet kiinnostusta kestävyysmatkailun palveluissa?

- Millä tavoin? / Miten ilmenee?

2.8 Onko kestävyys mukana viestinnässä? Jos on, millä tavoin?

2.9 Onko (suomalaisilla matkailualan toimijoilla) mahdollisuuksia valita (paikallisten) alihankkijoiden kautta kestävämpiä vaihtoehtoja? Onko heillä vaihtoehtoja ja valinnan mahdollisuutta?

2.10 Mitä haastateltava näkee, että pitäisi tehdä, jotta matkailuala kehittyisi kestävämpään suuntaan?

4. Tulevaisuuden näkymät:

4.1 Millaisia tulevaisuuden suunnitelmia omalla yrityksellä on?

4.2 Millaisena näkee matkailun tulevaisuuden? Tulevaisuuden trendit matkailussa?

4.3 Millaisena näkee kestävän matkailun roolin tulevaisuuden matkailussa?

Liite 4. Haastateltavat

Haastateltava 1. Tuula Salminen, tietohallintapäällikkö, Tampereen Särkänniemi Oy

Haastateltava 2. Liisa Tyllilä, hyvänmielen luontonoita, Hiking Travel, Hit Ky

Haastateltava 3. Aija Lento, hyvinolonemäntä, Frantsilan Hyvän Olon Keskus

Haastateltava 4. Kati Kelola, päätoimittaja, Matkailulehti Mondo

Haastateltava 5. Terhi Hakulinen, markkinointijohtaja, CWT Kaleva Travel

Haastateltava 6. Mika Yliluoma, yrittäjä, GreenEvent Oy

Haastateltava 7. Marke Hurme, aluemyyntipäällikkö, Scandic Hotels Oy

Haastateltava 8. Airi Tarvainen, hotellinjohtaja, Scandic Rosendahl, Scandic Hotels Oy